

OPTIMALISASI DESA WISATA BERBASIS UMKM MELALUI LOKAL BRANDING DESA SUMBERMUJUR KAB. LUMAJANG

Dheo Irfandanny¹, Brian Tri Kusuma², Aida Kurnia Sari³, Farraniza Artha Ridha⁴, Catur Putri Enggit Reksiana⁵, Muhammad Zaki Zain⁶, Muhammad Rafli Ferdiansyah⁷, Laodry Fat Dwi Prasetyo⁸, Clara Lucia Marghanita⁹, Mirza Aulia Salsabilla¹⁰, Daffa Novendra Aditama¹¹, Calvin Edo Wahyudi¹²

^{1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12} Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
e-mail : dheoirfand27@gmail.com¹, briankusumag@gmail.com², aidakurnias@gmail.com³, farraniza.artha@gmail.com⁴, caturputrienggitreksiana@gmail.com⁵, ezagarage@gmail.com⁶, rafli.ferdiansyah1927@gmail.com⁷, laodryprasetyo@gmail.com⁸, clara.marghanita@gmail.com⁹, mirza.salsabilla22@gmail.com¹⁰, daffanovendra@gmail.com¹¹, kalvinedo.adne@upnjatim.ac.id¹²

Abstrak

Tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah untuk menggali dan mengembangkan potensi desa wisata yang berbasis UMKM melalui lokal branding. Pengembangan ini menjadi salah satu upaya penggerak perekonomian masyarakat, dimana UMKM yang ada di desa belum dikembangkan secara optimal. Perancangan lokal branding dilakukan di Desa Sumbermujur, Kabupaten Lumajang yang memiliki banyak Usaha Kecil, Mikro, dan Menengah (UMKM) serta obyek wisata yang berpotensi besar untuk dikembangkan. Metode penerapan yang dilakukan dalam pengabdian ini terdiri atas lima langkah meliputi: survey lokasi, wawancara, *Forum Group Discussion* (FGD), bentuk kegiatan pengabdian, dan evaluasi. Hasil yang didapatkan dari kegiatan pengabdian ini adalah diperolehnya video YouTube, katalog, dan brosur yang mempromosikan obyek wisata hutan bambu serta UMKM yang ada di Desa Sumbermujur, antara lain Kopi Lereng Semeru, Bengkel Bambu, dan Batik Bambu Mujur.

Kata Kunci : Desa Wisata; UMKM; Optimalisasi; Lokal Branding.

Abstract

The purpose of this community dedication activity is to explore and develop the potential of MSME-based tourism villages through local branding. This development is one of the efforts to develop the community's economy, which Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in the village have not been developed optimally. The design of local branding was carried out in Sumbermujur Village, Lumajang Regency which has many MSMEs and tourist objects that have great potential for further development. The method of application carried out in this community dedication activity consists of five parts, including: site survey, interviews, Forum Group Discussion (FGD), community dedication activities and evaluation. The results obtained from this community dedication activity are YouTube videos, catalogs, and brochures that promote bamboo forest tourism object and other MSMEs in Sumbermujur village, including Kopi Lereng Semeru, Bengkel Bambu and Batik Bambu Mujur.

Keywords : Tourism Village; UMKM (MSMEs); Local Branding.

PENDAHULUAN

Desa Sumbermujur merupakan sebuah desa yang terletak pada kaki Gunung Semeru tepatnya, di Kecamatan Candipuro, Kabupaten Lumajang. Sebagai desa yang berbatasan langsung dengan Taman Nasional Bromo Tengger Semeru, Desa Sumbermujur memiliki tanah yang subur sehingga banyak lahan Desa ini dijadikan ladang persawahan warga lokal untuk menanam padi, tercatat ada 426 ha sawah, 400 ha ladang pertanian yang terdapat di Desa Sumbermujur. Desa Sumbermujur merupakan salah satu Desa Wisata dengan wisata utamanya yaitu Hutan Bambu, yang telah dibangun sejak tahun 2015. Wisata Hutan Bambu dapat menarik 6000 pengunjung setiap bulannya.

Suasana lingkungan pedesaan yang masih asri juga sedikit polusi memberikan keistimewaan sendiri kepada Desa Sumbermujur sebagai Desa Wisata. Pada lokasi Wisata Hutan Bambu terdapat sebuah sumber mata air yang menjadikan kawasan ini subur ditumbuhi berbagai jenis bambu. Adanya sumber mata air ini juga dimanfaatkan pengembang untuk dijadikan pemandian umum. Selain kawasan

Wisata Hutan Bambu, Desa Sumbermujur juga memiliki beberapa destinasi wisata lain seperti Taman Bunga You And I, Konservasi Burung Blekok dan juga Lava Pijar Semeru.

Dengan besarnya potensi wisata yang terdapat pada Desa Sumbermujur, tentu jumlah wisatawan yang berkunjung juga tinggi, kesempatan emas ini dimanfaatkan juga oleh beberapa warga desa untuk membuka usaha. Beberapa UMKM yang sudah berdiri diantara lain Bengkel Bambu yang menjual berbagai kerajinan berbahan dasar bambu, Batik Bambu Mujur, dan juga Kopi Lereng Semeru. Potensi pengembangan UMKM di desa ini cukup besar. Namun sayangnya potensi besar tersebut tidak diimbangi dengan kemampuan marketing untuk membangun branding. Padahal strategi pemasaran yang tepat memiliki peranan yang penting untuk keberhasilan produk (Dewi, M. 2018). Sedangkan dengan melalui UMKM ini mampu menopang pertumbuhan ekonomi. Pengembangan potensi ekonomi yang berbasis pada Usaha Kecil Menengah Mikro (UMKM) menjadi penopang ekonomi yang tidak bisa dianggap kecil. UMKM dapat menjadi pendongkrak ekonomi daerah. UMKM yang maju, juga akan mampu menyerap tenaga kerja yang besar. Namun UMKM tersebut juga bergantung pada potensi wisata dan kunjungan wisatawan pada suatu daerah. Oleh karena itu pengembangan untuk mengoptimalkan desa wisata melalui UMKM menjadi sangat strategis dalam menggerakkan perekonomian desa.

Sutiyono & Seni, (2012) menyatakan pengembangan desa wisata didasarkan atas potensi dan ciri khas yang dimiliki masing-masing desa. Menurut Sugiantoro (2000), desa Wisata bisa dikembangkan melalui potensi yang dimilikinya, maka potensial menjadi pemersatu dengan sektor lainnya. Salah satunya dengan pemanfaatan UMKM dalam pengembangan desa wisata secara tidak langsung akan memunculkan kawasan wisata berbasis masyarakat yang akan mempercepat pengembangan kawasan wisata.

Pengembangan desa wisata berbasis UMKM ini dapat dilakukan dengan melibatkan partisipasi seluruh warga desa. Melalui program pengembangan ini akan dilakukan pendampingan secara berkelanjutan terhadap UMKM. Atas dasar hal tersebut, pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat di Desa Sumbermujur dimulai dengan melakukan identifikasi potensi UMKM yang dapat dikembangkan dan dikelola oleh penduduk Desa Sumbermujur. Program kegiatan tersebut berupa identifikasi terhadap tiga jenis UMKM yang menunjang pengembangan Desa Wisata Sumbermujur. Model pengembangan difokuskan pada upaya pemasaran branding melalui media promosi wisata. Berdasarkan hal tersebut, perlu adanya pengenalan atau promosi kepada masyarakat dalam desa maupun luar desa sehingga akan menarik wisatawan untuk datang ke desa wisata. Promosi memiliki peranan penting dalam pengembangan wisata selain untuk memberikan informasi dengan branding lokal untuk meningkatkan kunjungan wisatawan. Menurut Manap & Adzharudin, (2013) pemaksimalan penggunaan media promosi perlu diterapkan sebagai langkah penyampaian pesan promosi pariwisata yang lebih efektif.

Berdasarkan pemaparan data diatas, tujuan penelitian ini dimaksudkan untuk mengidentifikasi potensi UMKM Desa Sumbermujur, Kabupaten Lumajang sebagai upaya pengembangan desa wisata melalui lokal branding. Selain itu, mengoptimalkan media promosi sebagai sarana pemasaran wisata.

METODE

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan dinyatakan bahwa keberhasilan pariwisata jika semua macam kegiatan wisata didukung dengan fasilitas dan layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Maka sangat penting peran dunia usaha dan masyarakat untuk mengatur dan melayani kebutuhan wisatawan (Karyono, 1997).

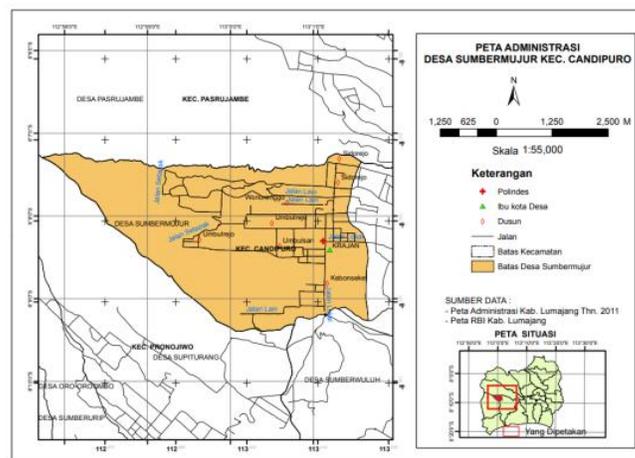
Terdapat tiga tahap yang ada dalam metode pengabdian yaitu 1) survey lokasi, 2) kegiatan pengabdian, 3) evaluasi. Survey lokasi bertujuan untuk mengetahui bagaimana keadaan dan kondisi terkini potensi Desa Sumbermujur. Hasil data yang didapat dari survey tersebut meliputi wilayah dusun, fasilitas umum, dan potensi-potensi desa sebagai desa wisata. Kegiatan pengabdian dapat dikeluarkan dalam bentuk produk "*Local Branding Video*". Pembuatan dan *editing* branding desa masuk dalam tahap kedua dari kegiatan pengabdian Desa Sumbermujur. Untuk mengoptimalkan branding desa, kegiatan

pengabdian ini dibagi menjadi 2 *design branding*. Pertama penggambaran (visualisasi) profil dan potensi wisata Desa Sumbermujur dalam bentuk fisik (cetak).

Terakhir, evaluasi diaplikasikan dengan memanfaatkan media sebagai konten produk yang ada untuk dipasarkan (*marketing*). Media pemasaran yang penulis gunakan untuk melakukan branding meliputi *web* desa, *Youtube* dan *Tiktok*. Media-media tersebut akan mempermudah branding serta kemudahan masyarakat luas untuk menjangkau Desa Sumbermujur. Tahap terakhir ini dianggap penting karena sangat berpengaruh dan memberi dampak positif bagi kondisi sekitar desa terutama tempat wisata, UMKM, dan sosial budaya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Desa Sumbermujur



Gambar 1. Peta Desa Sumbermujur

Desa Sumbermujur merupakan salah satu di antara sepuluh desa yang ada di Kecamatan Candipuro dan terletak pada ketinggian antara 600 - 800 M dari permukaan laut. Selain itu, Desa Sumbermujur adalah desa yang berperan penting di Kecamatan Candipuro karena Desa Sumbermujur merupakan satu-satunya Desa Penyangga Utama (DPU) Taman Nasional Bromo Tengger Semeru (TN - BTS) karena berbatasan langsung dengan batas Wilayah TN – BTS. Pembagian wilayah kerja di Desa Sumbermujur terbagi atas 7 dusun yaitu Dusun Krajan, Wonorenggo, Umbulrejo, Sidorejo, Kebonseket, Banjarejo dan Umbulsari.

Desa Sumbermujur memiliki luas wilayah 1.690 Ha yang terbagi menjadi 376,50 Ha Lahan Sawah, 597,50 Ha Lahan Kering dan 715 Ha Lahan lain. Potensi pembangunan akan diupayakan serta dimanfaatkan sebesar-besarnya bagi kemakmuran warGa Desa Sumbermujur. Banyaknya potensi yang tersedia mengharuskan pengelolaan yang tepat dan terencana, sehingga hasil yang diperoleh dapat dimanfaatkan untuk menutupi hambatan-hambatan yang ada.

Jumlah objek wisata dan UMKM yang saat ini beroperasi di Desa Sumbermujur terdapat tiga objek wisata. Hutan Bambu terletak di Dusun Umbulrejo, You and I Garden terletak di Dusun Umbulsari, sebagaimana ditunjukkan pada gambar. UMKM yang ada di Desa Sumbermujur juga banyak dan berkualitas yaitu Bengkel Bambu, Kopi Lereng Semeru, dan Batik Bambu Mujur. Dengan kearifan lokal dan kelestarian alam yang ada di dalam masing-masing objek wisata menjadi ciri khas yang diperkenalkan sebagai identitas dari Desa Sumbermujur sebagai “Desa Wisata”.



(1)



(2)



(3)

Setiap objek wisata dan UMKM yang ada di Desa Sumbermujur tentu memiliki daya tariknya masing-masing, sehingga hal tersebut yang dapat ditawarkan kepada wisatawan, diantaranya adalah:

1. Hutan Bambu merupakan merupakan tempat wisata yang membudidayakan dua puluh jenis bambu yang oleh pengelolanya. Selain dibudidayakan, bambu-bambu tersebut juga dirawat dan dipersiapkan untuk dijual ke pengunjung dengan kualitas terbaik. Tidak hanya seputar bambu, banyak keunikan lain yang meliputi menjadi rumah bagi ratusan ekor kelelawar dan monyet, tersedia panggung pertunjukkan untuk menikmati *live music*, kolam renang, sumber mata air Sumber Deling sebagai sumber air warga Sumbermujur (kemenparekraf, n.d.).
2. You and I Garden merupakan salah satu tempat wisata yang ada di Desa Sumbermujur dengan nuansa khas Jepang. Nuansa yang diciptakan sangat amat terasa saat berada ada di Jepang. Beberapa spot yang mendukung keindahan taman bunga ini yaitu dengan adanya gerbang merah Torii, Jembatan Shinkyu, dan Kolam ikan khas negara Jepang. Lebih uniknya lagi, berbagai akomodasi yang disediakan meliputi ritual minum the ala Jepang, Chato, Tatami dengan menggunakan Yukata.
3. Kopi Lereng Semeru bisa dijadikan buah tangan khas Desa Sumbermujur dikarenakan proses penanaman kopi hingga menjadi bubuk kopi siap saji dilakukan di Desa Sumbemujur oleh petani kopi dan pelaku usaha. Kopi Lereng Semeru menyediakan aneka jenis kopi dari arabica, robusta, jahe, angka dan kapulaga. Pasar dari Kopi Lereng Semeru sendiri sudah sampai ranah nasional bahkan internasional. Dengan harga yang sangat terjangkau, wisatawan dapat membawa buah tangan hasil dari Desa Sumbermujur.

Untuk mengoptimalkan masing masing objek wisata, penulis membuat luaran yang dapat membantu branding seperti katalog, brosur dan video profil desa. Berikut penjelasan lebih lengkapnya:

Katalog

Pembuatan katalog bertujuan untuk menambah minat wisatawan terhadap desa wisata sumbermujur. Selain itu, tujuan lainnya adalah menciptakan lapangan kerja, dan meningkatkan ekonomi desa. Katalog dicetak berbentuk buku dengan ukuran A5, menggunakan kertas artpaper 210 gr, sedangkan untuk cover menggunakan art paper 260 gr, kemudian menggunakan jilid spiral. Katalog berisi hal hal yang menjadi daya Tarik di Desa Sumbermujur dan paket wisata yang ditawarkan oleh Pokdarwis. Terdapat 3 tipe paket yang ditawarkan yaitu, paket 1 hari, paket 2 hari 1 malam, dan paket 3 hari 2 malam. Setiap paket memiliki tujuan wisata dan fasilitas yang berbeda. Paket yang ditawarkan memiliki fokus dalam wisata edukasi pada adat istiadat serta UMKM yang tersedia di Desa Sumbermujur. Salah satu adat yang menjadi wisata edukasi adalah upacara Nyadran, yang digunakan sebagai permohonan untuk meminta keselamatan dan kenyamanan di Desa Sumbermujur. Sedangkan untuk UMKM wisatawan dapat menyaksikan dan terjun langsung dalam upaya pembuatan Kopi atau Batik Bambu Mujur. Wisata edukasi menjadi pilihan yang ditawarkan oleh pokdarwis dikarenakan Desa Sumbermujur memiliki banyak potensi yang termasuk unik, dan sejalan dengan target paket wisata yang mana

merupakan sebuah komunitas atau pelajar (SD, SMP dan SMA) yang memiliki keinginan untuk mempelajari budaya di Desa Sumbermujur.



Gambar 2. Paket Wisata 2 Hari 1 Malam Katalog Hutan Bambu

Brosur

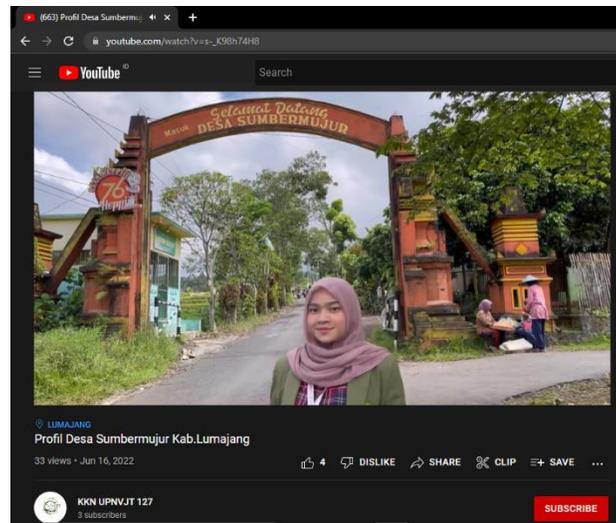
Brosur yang dihasilkan terbuat dari kertas AP (Art Paper) mengenai objek wisata hutan bambu yang berada di Desa Sumbermujur dengan logo POKDARWIS sebagai logo utama. Pada halaman pertama brosur berisi tentang informasi mengenai fasilitas yang terdapat di hutan bambu seperti konservasi bambu, kolam renang, rumah pohon, sumber mata air weling, gubuk santai, berbagai spot foto, pujasera, musholla dan toilet. Dalam brosur tersebut juga terdapat informasi tambahan mengenai hutan bambu dan harga tiket dengan dua kategori yaitu anak-anak sebesar Rp. 3.000 dan dewasa sebesar Rp. 5.000. Sementara itu pada halaman kedua berisi informasi mengenai peta hutan bambu serta UMKM yang memiliki daya tariknya tersendiri. Terdapat 3 jenis UMKM yang disajikan dalam brosur antara lain bengkel bambu yang terkenal dengan penghasil produk koleksi kerajinan dari bambu, batik bambu mujur yang terkenal dengan corak dan motif khas desa sumbermujur serta kopi lereng semeru yang terkenal dengan berbagai cita rasa yang khas dengan pola tanam organik.



Gambar 3. Brosur Hutan Bambu

Video

Video yang dihasilkan berdurasi 8 menit 21 detik yang berjudul Profil Desa Sumbermujur Kab.Lumajang () yang menampilkan berbagai informasi tentang Desa Sumbermujur mulai dari luas daerah, beberapa potensi yang ada serta UMKM yang ada pada desa tersebut seperti batik bambu mujur dan kerajinan bengkel bambu. Selain itu terdapat informasi mengenai wisata hutan bambu dan You & I Garden yang menjadi objek wisata utama di Desa Sumbermujur. Lalu terdapat pula wawancara dengan salah satu penghuni Huntap (Hunian Tetap) dan Huntara (Hunian Sementara) mengenal bahwa pada desa ini terdapat banyaknya pengungsi yang diakibatkan oleh gunung semeru yang meletus pada 4 Desember 2021 agar para penonton juga mengingat bahwa dibalik keindahan alam disajikan tidak luput juga terdapat bencana alam yang mengakibatkan banyak korban mengalami tragedi duka yang amat dalam.



Gambar 4. Video Profil Desa Sumbermujur

SIMPULAN

Desa Sumbermujur memiliki kearifan lokal dan kelestarian alam yang menjadi ciri khas dan identitas sebagai “Desa Wisata”. Lokal branding yang dilakukan melalui video Youtube, katalog, dan brodur dilakukan sebagai upaya mengoptimalkan potensi yang ada dan menambah minat wisatawan terhadap Desa Wisata Sumbermujur. Hasil luaran tersebut dilakukan sebagai pembangunan *image* dari destinasi desa Sumbermujur sebagai desa wisata berbasis UMKM. Selain itu, adanya lokal branding yang dilakukan diharapkan mampu menciptakan lapangan pekerjaan dan ekonomi desa.

SARAN

Desa Wisata Sumbermujur dapat terus berkembang dan berinovasi jika sistem pengelolaannya dapat ditingkatkan. Dikarenakan potensi-potensi di dalam Desa Sumbemujur dapat menjadi kunci utama dari Desa Wisata dibarengi dengan perawatan maupun pembaharuan sarana prasarana, inovasi kreatif dari warga setempat untuk mengelola potensi alam menjadi wisata, *branding* UMKM maupun wisata, hingga sistem pengelolaan yang lebih baik. Terobosan-terobosan baru juga dapat menjadi salah satu faktor dalam pengembangan Desa Wisata Sumbermujur.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam pelaksanaan kegiatan Pengabdian Masyarakat dan Penelitian ini telah melibatkan berbagai pihak, maka dari itu dalam kesempatan saat ini penulis, kelompok 127, mengucapkan terima kasih dan penghargaan kepada:

1. LPPM Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur sebagai koordinator pelaksanaan pengabdian masyarakat dan penelitian berupa Kuliah Kerja Nyata (KKN) Tematik MBKM 2022 dan atas kesempatannya untuk mengabdikan pada masyarakat selama lebih kurang tiga bulan.

2. Dosen Pembimbing Lapangan yang senantiasa membimbing dan mengarahkan kegiatan Kuliah Kerja Nyata Tematik MBKM 2022.
3. PIC Kelompok yang membantu dan memberikan semangat selama kegiatan berlangsung kepada kelompok.
4. Kepala Desa dan perangkat Desa Sumbermujur, Kecamatan Candipuro, Kabupaten Lumajang atas kesediaannya membantu jalannya kegiatan.
5. Warga Desa Sumbermujur yang dengan senang hati menerima, membantu dan mengayomi teman-teman.
6. Dan terutama teman-teman kelompok yang selalu saling mendukung satu sama lain dan kerja sama yang baik selama kegiatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ambarwati, D., & Murdiyanto, E. (2021). Optimalisasi Peran UMKM dan Pokdarwis pada Wisata Sumber Banteng dengan Media Digital Marketing dan Marketplace. *Archive: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 38–46. <https://doi.org/10.55506/arch.v1i1.7>
- H, K. (1997). *Desa Wisata Sumbermujur*. Kepariwisataan. <https://jadesta.kemenparekraf.go.id/desa/sumbermujur>
- Perguna, L. A., Irawan, I., Tawakkal, M. I., & Mabruri, D. A. (2020). Optimalisasi Desa Wisata Berbasis UMKM Melalui Destination Branding. *Jurnal ABDINUS: Jurnal Pengabdian Nusantara*, 3(2), 204–214. <https://doi.org/10.29407/ja.v3i2.13727>
- Perguna, L. A., Irawan, I., Tawakkal, M. I., & Mabruri, D. A. (2020). Optimalisasi Desa Wisata Berbasis UMKM Melalui Destination Branding. *Jurnal ABDINUS: Jurnal Pengabdian Nusantara*, 3(2), 204–214. <https://doi.org/10.29407/ja.v3i2.13727>
- T, K. J., Wibowo, & Febriani, R. (2017). Perancangan Media Promosi Desa Wisata Tulungrejo , Batu Abstrak Pendahuluan Pembahasan Metode Penelitian. *Universitas Kristen Petra*.