

PENGEMBANGAN ECOPRENEUR WISATA KEBUN TEH DI DESA SEGOROGUNUNG

Waluyo Budi Atmoko¹, Didik Setyawan², Widi Hariyanti³

^{1,2)} Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis, Universitas Setia Budi

³⁾ Program Studi Akuntansi, Fakultas Bisnis, Universitas Setia Budi

e-mail: waluyobudiatmoko@setiabudi.ac.id

Abstrak

Desa Segorogunung berada di wilayah Kecamatan Ngargoyoso, Kabupaten Karanganyar. Letak desa di lereng gunung Lawu dengan kontur tanah pegunungan berhawa sejuk serta dikelilingi areal kebun teh telah menginspirasi sekelompok masyarakat yang sadar bahwa daerahnya mempunyai potensi wisata besar. Masyarakat desa Segorogunung membentuk kelompok sadar wisata (Pokdarwis) dan secara swadaya menggarap tanah kebun teh ini menjadi usaha wisata hijau. Masalah yang diprioritaskan untuk diselesaikan, adalah (1) masalah produksi yang mencakup pengadaan peralatan pengolah teh dan cara pembuatan teh, (2) manajemen usaha mencakup keuangan dan pemasaran produk wisata. Solusi untuk menyelesaikan permasalahan mitra mencakup: (1) pengadaan peralatan pengolah daun teh, berupa mesin roller/pengolahan daun teh, (2) pelatihan manajemen produksi, pelatihan manajemen keuangan, dan pelatihan pemasaran. Hasil pelaksanaan: program PKM Ecopreneur wisata kebun teh telah berhasil mencapai tujuan utama, yaitu meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam pengelolaan potensi wisata lokal. Kegiatan ini tidak hanya memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat, tetapi juga memperkuat rasa kebersamaan dan meningkatkan pengetahuan mengenai pengelolaan sumber daya alam.

Kata kunci: Ecopreneur Wisata Kebun Teh; Pelatihan Manajemen Produksi; Pelatihan Manajemen Keuangan; Dan Pelatihan Pemasaran

Abstract

Segorogunung Village is located in Ngargoyoso District, Karanganyar Regency. The location of the village on the slopes of Mount Lawu with cool mountainous land contours and surrounded by tea gardens has inspired a group of people who realize that their area has great tourism potential. The Segorogunung village community formed a tourism awareness group (Pokdarwis) and independently worked on this tea garden land into a green tourism business. The problems that are prioritized to be resolved are (1) production problems which include procurement of tea processing equipment and how to make tea, (2) business management includes finance and marketing of tourism products. Solutions to solve partner problems include: (1) procurement of tea leaf processing equipment in the form of roller machines / processing of the leaves, (2) production management training, financial management training, and marketing training. Implementation results: the PKM Ecopreneur tea garden tourism program has succeeded in achieving the main objectives, namely increasing community awareness and participation in managing local tourism potential. This activity not only provides economic benefits for the community, but also strengthens the sense of community and increases knowledge about natural resource management.

Keywords: Ecopreneur Tea Garden Tourism; Production Management Training; Financial Management Training; And Marketing Training.

PENDAHULUAN

Pembangunan nasional pesat dan dorongan serta fasilitasi oleh pemerintah bagi pengembangan potensi daerah telah menggugah kelompok masyarakat di berbagai wilayah di seluruh Indonesia untuk mengembangkan potensi daerahnya masing-masing bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Desa Segorogunung berada di wilayah Kecamatan Ngargoyoso, Kabupaten Karanganyar. Letak desa di lereng gunung Lawu dengan kontur tanah pegunungan berhawa sejuk serta dikelilingi areal kebun teh telah menginspirasi sekelompok masyarakat yang sadar bahwa daerahnya mempunyai potensi wisata besar. Potensi wisata ini bila dikembangkan dan dikelola dengan baik, akan menjadi sumber pendapatan. besar bagi masyarakat Desa Segorogunung.

Secara historis, perkebunan teh di wilayah Kecamatan Ngargoyoso dikuasai oleh PT. Rumpun yang

dimiliki oleh Komando Daerah Militer (Kodam) IV Diponegoro hingga saat ini. Namun masyarakat Desa Segorogunung yang bertempat tinggal di areal perkebunan merasa punya hak untuk mendapatkan bagian dari hasil perkebunan teh. Berkat kegigihan dalam memperjuangkan haknya, maka Kodam IV Diponegoro memberikan tanah kebun seluas 12 hektar sebagai wujud tanggung jawab sosial (*Corporate Social Responsibility-CSR*) kepada Desa Segorogunung untuk dikelola bagi kesejahteraan masyarakat. Sebagai tindak lanjut pemberian lahan CSR tersebut, masyarakat Desa Segorogunung membentuk kelompok sadar wisata (Pokdarwis) “Manunggal” dengan didukung pemerintah Desa menggarap areal kebun teh CSR ini menjadi usaha wisata hijau. Langkah awal yang dilakukan Pokdarwis adalah melakukan: (1) pembersihan lahan kebun teh yang tidak terurus dan banyak ditumbuhi gulma dan (2) pendirian posko yang akan menjadi kantor pengelola obyek wisata.

Ada tiga jenis produk wisata yang digagas: (1) *camping ground*, (2) *spot selfie*, dan (3) pengolahan teh secara komersial. Dalam upaya mewujudkan gagasan tersebut,, Pokdarwis menghadapi permasalahan yang berakar pada aspek produksi, manajemen usaha, dan pembangunan infrastruktur wisata.

Tim PKM Universitas Setia Budi dan Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi mengambil peran aktif mendukung terwujudnya rencana Pokdarwis “Manunggal”. Tujuan program PKM ada tiga mencakup: (1) tujuan relevan dengan program MBKM. (2) tujuan relevan dengan pencapaian Indikator Kinerja Utama (IKU), dan (3) tujuan relevan dengan pengabdian masyarakat.

Tujuan relevan program MBKM adalah: pertama, mengembangkan kewirausahaan masyarakat melalui pendayagunaan potensi desa (Solehuddin *et al.*, 2021; Markhamah *et al.*, 2021). Bagi mahasiswa, keterlibatan dalam program ini diharapkan dapat meningkatkan kompetensi kewirausahaan khususnya dalam mengelola sumberdaya internal dan memanfaatkan sumber daya eksternal (Pemerintah dan Perguruan tinggi) dalam mengembangkan usaha. Kedua, mengembangkan potensi desa bagi sebesar-besarnya kesejahteraan masyarakat. Bagi mahasiswa kegiatan ini dapat mengasah ilmu, *softskill*, dan *leadership*.

Tujuan relevan dengan Indikator Kinerja Utama (IKU) yang hendak dicapai adalah: pertama, IKU 2, yaitu mahasiswa mendapat pengalaman di luar kampus. Dengan mengikuti program Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat (PKM) ini diharapkan mahasiswa dapat menerapkan ilmu, peningkatan *softskill*, dan *leadership* sehingga tercipta *matching* antara dunia perguruan tinggi dan sektor bisnis real. Kedua, IKU 5 yaitu luaran dosen yang bereputasi tinggi sesuai dengan disiplin, topik, dan tipe publikasi. Dengan melaksanakan kegiatan ini dosen berkesempatan menerapkan prinsip manajemen produksi, keuangan, dan pemasaran produk pariwisata. Luaran program dalam beragam media *online*, dan jurnal ilmiah diharapkan akan menginspirasi bagi keberhasilan pokdarwis di berbagai tempat.

Tujuan relevan dengan pengabdian kepada masyarakat adalah: dosen berkesempatan melakukan salah satu dari Tri Darma Perguruan Tinggi (Parimita *et al.*, 2024) yaitu pengabdian masyarakat dalam bentuk memberikan bimbingan dalam manajemen produksi, keuangan, dan pemasaran produk pariwisata.

METODE

Metode yang dilakukan dalam upaya mewujudkan bisnis wisata kebun teh adalah melakukan pelatihan manajemen produksi teh, pelatihan manajemen pemasaran, dan pelatihan manajemen keuangan.

Kendala dalam bidang produksi terletak pada kemampuan mengolah teh dan ketiadaan alat pengolah daun teh segar menjadi teh siap minum. Oleh karena itu, tim pelaksana program memandang perlunya pelatihan pembuatan teh yang baik dan pengadaan mesin pengolah daun teh. Mesin yang dibutuhkan adalah mesin Roller yang berfungsi mememarkan, melayukan dan menggulung daun teh. Pelatihan dilakukan dengan cara memberikan penjelasan cara pengolahan teh dan praktek langsung di lokasi produksi teh milik pelatih.

Pelatihan di bidang pemasaran dilakukan dalam bentuk penyusunan rencana bisnis dan pemasaran digital. Pelaksanaan pelatihan penyusunan rencana bisnis dan pemasaran digital dilaksanakan dengan metode ceramah dan diskusi bersama untuk menyusun *draft* rencana bisnis destinasi Wisata yang dinamakan “Afdeling 17”.

Mitra belum menguasai dasar-dasar pengelolaan keuangan, misal pencatatan keuangan dari mulai jurnal, posting ke buku besar, sampai penyusunan laporan laba-rugi dan perubahan modal. Oleh karena itu, tim pelaksana program memberikan solusi dengan cara memberikan materi pelatihan dalam mengelola keuangan baik. Oleh karena itu, pelatihan dilakukan dengan pendekatan ceramah dan praktik membuat laporan keuangan sederhana.

Dengan pelatihan bisnis ini, diharapkan usaha wisata kebun teh Afdeling 17 dapat meningkatkan efisiensi operasional, menarik lebih banyak pengunjung, dan memberdayakan masyarakat lokal secara berkelanjutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil program pengabdian mencakup hasil pelaksanaan di bidang roduksi, pemasaran, dan keuangan.

Hasil pelaksanaan program dalam bidang produksi

Kendala dalam bidang produksi terletak pada kemampuan mengolah teh dan ketiadaan alat pengolah daun teh segar menjadi teh siap minum. Oleh karena itu, tim pelaksana program memandang perlunya pengadaan mesin pengolah daun teh. Alat yang dipesan adalah mesin Roller untuk memarkan, melayukan, serta menggulung daun teh. Alat ini harus dipesan pada vendor jasa pembuatan mesin dimaksud. Alat tersebut telah diserahkan kepada Mitra Pokdarwis “Manunggal”. Pemberian bantuan alat giling pengolahan teh ditampilkan dalam Gambar 1.



Gambar 1. Serah terima mesin roller/giling teh oleh Ketua Tim PKM kepada Ketua Pokdarwis Manunggal

Kendala dalam bidang produksi terletak pada kemampuan mengolah teh. Oleh karena itu, tim pelaksana program memandang perlunya pelatihan pembuatan teh yang baik. Pembuatan teh mencakup proses: (1) daun teh segar hasil pemetikan pagi hari dimasukkan ke dalam mesin Roller untuk dimemarkan, dilayukan, dandibuat gulungan, (2) teh dimasak selama beberapa jam, (2) daun teh setelah pemasakan diangin-anginkan, (4) pengemasan teh jadi.

Luaran pelatihan diuji dengan uji test-retest atau uji t *paired sample*. Hasil analisis statistik ditampilkan dalam Tabel 2.

Tabel 2. Hasil uji beda citarasa teh sebelum dan sesudah pelatihan

Uji normalitas data		Uji t Paired samples	
	P	t	P
Citarasa teh sebelum pelatihan	0,759	-11,000	0,000
Citarasa teh sesudah pelatihan	0,953		

Sumber: Hasil analisis statistik (2024)

Hasil uji statistik menunjukkan bahwa data citarasa teh sebelum dan setelah pelatihan berdistribusi normal ($p > 0,05$, $p_{\text{sebelum}} = 759$ dan $p_{\text{sesudah}} = 953$). Hasil uji statistik menunjukkan ada beda signifikan ($t = -11,000$, $p = 0,000$) citarasa teh sebelum dan setelah pelatihan. Hal ini menyimpulkan bahwa pelatihan pengolahan teh berhasil meningkatkan kemampuan Mitra PKM dalam memproduksi citarasa teh enak.

Hasil pelaksanaan Program dalam bidang pemasaran

Pelatihan di bidang pemasaran dilakukan dalam bentuk penyusunan rencana bisnis dan pemasaran digital. Pelaksanaan pelatihan penyusunan rencana bisnis dan pemasaran digital dilaksanakan dengan metode ceramah dan diskusi bersama untuk menyusun *draft* rencana bisnis destinasi Wisata “Afdeling 17”. Hasil analisis statistik ditampilkan dalam Tabel 3.

Tabel 3. Hasil uji beda pengetahuan bisnis sebelum dan sesudah pelatihan

Uji normalitas data		Uji t Paired samples	
	P	t	P
Pengetahuan bisnis sebelum pelatihan	0,842	-4,213	0,000
Pengetahuan bisnis sesudah pelatihan	0,303		

Sumber: Hasil analisis statistik (2024)

Hasil uji statistik menunjukkan bahwa data pengetahuan sebelum dan setelah pelatihan berdistribusi normal ($p > 0,05$, $p_{\text{sebelum}} = 0,842$ dan $p_{\text{sesudah}} = 0,303$). Hasil uji statistik menunjukkan ada beda signifikan ($t = -4,213$, $p = 0,000$) pengetahuan bisnis sebelum dan setelah pelatihan. Hal ini menyimpulkan bahwa pengetahuan bisnis Mitra PKM meningkat setelah diadakan pelatihan bisnis.

Keberhasilan mendatangkan pengunjung ke destinasi wisata Afdeling 17 dapat dicapai dengan strategi pemasaran viral (*viral marketing*). Pemasaran viral dilaksanakan dengan cara membuat materi video maupun flyer yang diposting di berbagai media sosial seperti facebook, youtube, Tiktok, dan Instagram. Pemasaran viral menjadi bagian dari pemasaran digital (*digital marketing*). Keunggulan pemasaran digital adalah mampu menjangkau pemirsa dalam jangkauan luas, baik lokal, regional, nasional, bahkan internasional. Oleh karena itu, pelatihan pemasaran digital sangat penting dalam upaya menyebarluaskan informasi tentang destinasi wisata Afdeling 17. Pelatihan pemasaran digital dilakukan dengan pendekatan ceramah dan pelatihan membuat konten promosi berupa flyer dan video destinasi wisata. Hasil analisis statistik ditampilkan dalam Tabel 4.

Tabel 4. Hasil uji beda pengetahuan bisnis sebelum dan sesudah pelatihan

Uji normalitas data		Uji t Paired samples	
	P	t	P
Pengetahuan bisnis sebelum pelatihan	0,994	-7,746	0,000
Pengetahuan bisnis sesudah pelatihan	0,713		

Sumber: Hasil analisis statistik (2024)

Hasil uji statistik menunjukkan bahwa data pengetahuan sebelum dan setelah pelatihan berdistribusi normal ($p > 0,05$, $p_{\text{sebelum}} = 0,994$ dan $p_{\text{sesudah}} = 0,713$). Hasil uji statistik menunjukkan ada beda signifikan ($t = -7,746$, $p = 0,000$) pengetahuan pemasaran digital sebelum dan setelah pelatihan. Hal ini menyimpulkan bahwa pengetahuan pemasaran digital marketing Mitra PKM meningkat setelah diadakan pelatihan pemasaran digital.

Mitra belum menguasai dasar-dasar pengelolaan keuangan, misal pencatatan keuangan dari mulai jurnal, posting ke buku besar, sampai penyusunan laporan laba-rugi dan perubahan modal. Oleh karena itu, tim pelaksana program memberikan solusi dengan cara memberikan materi pelatihan dalam mengelola keuangan baik. Pelatihan dilakukan dengan pendekatan ceramah dan praktik membuat laporan keuangan sederhana. Hasil analisis statistik ditampilkan dalam Tabel 5.

Tabel 5. Hasil uji beda pengetahuan keuangan sebelum dan sesudah pelatihan

Uji normalitas data		Uji t Paired samples	
	P	t	P
Pengetahuan keuangan sebelum pelatihan	0,998	-2,762	0,028
Pengetahuan keuangan sesudah pelatihan	0,754		

Sumber: Hasil analisis statistik (2024)

Hasil uji statistik menunjukkan bahwa data pengetahuan keuangan sebelum dan setelah pelatihan berdistribusi normal ($p > 0,05$, $p_{\text{sebelum}} = 0,998$ dan $p_{\text{sesudah}} = 0,754$). Hasil uji statistik menunjukkan ada beda signifikan ($t = -2,762$, $p = 0,028$) pengetahuan keuangan sebelum dan setelah pelatihan. Hal ini menyimpulkan bahwa pengetahuan keuangan Mitra PKM meningkat setelah diadakan pelatihan manajemen keuangan.

Jalannya pelatihan penyusunan rencana bisnis, pemasaran digital, dan keuangan berturut-turut ditampilkan dalam Gambar 2,3,4.



Gambar 2. Pelatihan penyusunan rencana bisnis dan Pelatihan pemasaran digital

SIMPULAN

Program Program PKM Ecopreneur wisata kebun teh telah berhasil mencapai tujuan utama, yaitu meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam pengelolaan potensi wisata lokal. Kegiatan ini tidak hanya memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat, tetapi juga memperkuat rasa kebersamaan dan meningkatkan pengetahuan mengenai pengelolaan sumber daya alam. Umpan balik positif dari peserta menunjukkan bahwa program ini relevan dan bermanfaat, namun ada beberapa aspek yang perlu ditingkatkan untuk keberlanjutan dan pengembangan lebih lanjut.

SARAN

Tim PKM menyarankan beberapa tindakan tambahan berikut:

- a. Peningkatan Kualitas Pelatihan
Mengadakan pelatihan yang lebih mendalam tentang teknik pengelolaan kebun teh dan pemasaran produk, agar masyarakat dapat lebih mandiri dalam mengembangkan usaha mereka.
- b. Diversifikasi Kegiatan Wisata
Mitra perlu menyediakan variasi aktivitas wisata yang menarik, seperti trekking, edukasi tentang tanaman, atau festival lokal, untuk menarik lebih banyak pengunjung.
- c. Pemasaran yang Efektif
Mitra perlu mengembangkan strategi pemasaran yang lebih agresif melalui media sosial, website, dan kerja sama dengan influencer untuk menjangkau audiens yang lebih luas.
- d. Monitoring dan Evaluasi Berkala
Tim PKM dengan dukungan Universitas maupun pemerintah perlu melakukan evaluasi rutin untuk menilai dampak program dan mendapatkan umpan balik dari masyarakat, agar dapat melakukan perbaikan yang diperlukan.
- e. Kolaborasi dengan Pihak Ketiga
Mitra pengelola destinasi wisata Afdeling 17 perlu membangun kemitraan dengan pemerintah, LSM, dan sektor swasta untuk mendapatkan dukungan dalam bentuk dana, pelatihan, dan promosi.
- f. Fokus pada Keberlanjutan Lingkungan
Mitra perlu memperkenalkan praktik pertanian berkelanjutan yang dapat menjaga kesehatan tanah dan ekosistem kebun teh, serta meningkatkan daya tarik wisata.
Dengan menerapkan saran-saran ini, diharapkan program pengabdian masyarakat di kebun teh dapat terus memberikan manfaat yang signifikan dan berkelanjutan bagi masyarakat serta lingkungan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi yang telah memberi dukungan finansial terhadap pengabdian ini melalui skema pemberdayaan berbasis masyarakat ruang lingkup pemberdayaan kemitraan masyarakat

DAFTAR PUSTAKA

- Solehuddin, M., Suherman, H. A., Sunendar, D., Hamidah, I., Anggraeni, L., Machmud, A., ... & Isrok'atun, M. P. Tim Penyusun Rencana Induk Pengabdian kepada Masyarakat.. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Parimita, W., Nindito, M., Wibowo, S. F., & Dwita, F. (2024). Pelatihan Peningkatan Softskill Dosen Di Perguruan Tinggi. *Jurnal Abdimas Ilmiah Citra Bakti*, 5(2), 298-310.
- Markhamah, M., Nindya, C. R., Marzalina, P., Susilowati, R., Puspitawati, Y., Li, S., & Hayati, N. (2021). *Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Berbasis Potensi Lokal*. Muhammadiyah University Press.