



Sosialisasi Penguatan Ekonomi Lokal Melalui Sektor Unggulan Berbasis Kemitraan Dan
***Destination Marketing* Di Desa Bumiaji**

Octa dwi sofian¹, Eka Agustiningtias², Arie Ika³

¹Administrasi Publik

^{2,3}Administrasi Bisnis

¹Email : dwisofianocta@gmail.com

ABSTRAK

Desa Bumiaji merupakan salah satu desa yang memiliki potensi yang luar biasa terkait bidang UMKM dan pengembangan wisata desa. Pada saat ini permasalahan yang muncul adalah kurangnya integrasi antar aktor dalam melakukan pola kemitraan dan pemasaran produk UMKM dan pariwisata yang ada di Desa Bumiaji. Oleh karena itu Sosialisasi terkait konsep baru dalam kemitraan merupakan suatu cara yang dapat kita berikan dalam konteks pengetahuan, pemahaman dan cara dalam mengatasi permasalahan tersebut. Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan bertujuan untuk memberikan pemahaman terhadap inovasi pemasaran produk UMKM. Pengabdian masyarakat dilakukan di desa bumiaji kota Batu dengan metode pengabdian sosialisasi kepada masyarakat.

Kata Kunci : Sosialisasi, penguatan, ekonomi, Lokal.

ABSTRACT

Bumiaji Village is one of the villages that has extraordinary potential regarding the MSME sector and village tourism development. At this time the problem that arises is the lack of integration between actors in implementing partnership patterns and marketing MSME and tourism products in Bumiaji Village. Therefore, socialization regarding new concepts in partnerships is a method that we can provide in the context of knowledge, understanding and ways to overcome these problems. The community service activities carried out aim to provide an understanding of marketing innovations for MSME products. Community service is carried out in Bumiaji village.

Keywords: Socialization, strengthening, economy, local

PENDAHULUAN

Pada saat ini berkaitan dengan sektor unggulan yang lagi digencarkan baik di lingkup nasional maupun daerah di Negara Indonesia antara lain adalah sektor UMKM dan pariwisata. Kedua sektor tersebut apabila disinergikan dengan baik akan memberikan dampak yang kompleks bagi masyarakat maupun pemerintah itu

sendiri dari segi peningkatan ekonomi. Salah satu cara untuk meningkatkan perekonomian masyarakat dengan membuat program pembangunan ekonomi daerah .

Pembangunan ekonomi lokal merupakan usaha penguatan daya saing ekonomi lokal guna

pengembangan ekonomi daerah, yang dalam prosesnya pemerintah lokal dan organisasi berbasis masyarakat harus terlibat dalam mendorong, merangsang atau memelihara aktivitas masyarakat atas penciptaan lapangan kerja, sebagai solusi dalam pemulihan dan pengembangan perekonomian nasional, terutama dalam pendayagunaan potensi ekonomi di masing masing daerah dengan berbasis pada sumber daya yang dimiliki oleh masyarakatnya masing-masing (Wiranta, 2015). Namun demikian, upaya pengembangan ekonomi lokal bukanlah proses yang mudah dan singkat. Pembangunan ekonomi lokal tersebut perlu partisipasi masyarakat.

Secara konseptual pemberdayaan terhadap masyarakat jika berhasil akan memberikan dampak yang implisit terhadap peningkatan ekonomi sekitar. Sektor-sektor unggulan yang berada di tingkat paling bawah sebagai cikal bakal kemajuan perekonomian di suatu daerah. Sektor unggulan tersebut dapat mencakup suatu potensi sumber daya alam yang bisa dikelola sesuai dengan kapasitas masyarakat sekitar yang bisa menghasilkan nilai jual.

Salah satu cara untuk meningkatkan sektor unggulan dengan Sistem kemitraan dan pola implementasi destination marketing. konsep destination marketing Menurut Tr & Report (2004) merupakan semua aktivitas dan proses untuk menyatukan pembeli dan penjual, berfokus

menanggapi permintaan konsumen dan posisi kompetitif, melakukan kegiatan yang terkait dengan distribusi produk yang efisien dan melibatkan pengambilan keputusan tentang produk, branding, harga, segmentasi pasar, promosi serta distribusi. Berikut ini merupakan strategi dan praktik destination marketing yang dikemukakan oleh Buhalis (2000) diantaranya adalah : menentukan posisi destinasi dan pemasarannya, menentukan strategi kompetitif perumusan strategi pemasaran destinasi.

Melihat betapa pentingnya penguatan ekonomi lokal melalui Sistem kemitraan dan pola implementasi destination marketing di daerah maka diperlukan suatu kerjasama yang berkesinambungan untuk mencapai tujuan tersebut.

PERMASALAHAN

Desa Bumiaji merupakan salah satu desa yang memiliki potensi yang luar biasa terkait bidang UMKM dan pengembangan wisata desa. Namun dari 20 pemilik UMKM di bumiaji hanya 2 pemilik UMKM yang paham tentang penguatan ekonomi lokal melalui sektor unggulan berbasis kemitraan dan destination marketing di desa bumiaji. Jika di presentase kan 80% pemilik UMKM di desa Bumiaji kota Batu tidak memahami konsep penguatan ekonomi lokal melalui sektor unggulan berbasis kemitraan

dan destination marketing di desa bumiaji. Ada sekitar 15 wisata didaerah Desa Bumiaji yang belum dimanfaatkan secara maksimal. UMKM sekitar dapat memanfaatkan peluang untuk mempromosikan produk mereka melalui desa wisata. Sehingga Desa Wisata dan Produk UMKM kurang dikenal masyarakat. Selain itu rata-rata UMKM di Desa Bumiaji masih menggunakan media promosi yang tradisional sehingga masih belum begitu dikenal.

SOLUSI DAN TARGET LUARAN

Solusi

Setelah melihat masalah yang ada pada lapangan maka tim pengabdian masyarakat menentukan solusi. Adapun solusi dari permasalahan tersebut adalah penguatan pemahaman kepada masyarakat tentang:

- a. Kemitraan yang dilakukan melalui pemanfaatan peminiputan produk UMKM ke dalam E Katalog Kota Batu.
- b. Adanya Kolaborasi antara Perangkat Desa dengan UMKM sekitar dengan adanya Pelatihan Pengembangan UMKM (Teknik Marketing dll)
- c. Cara Mempertahankan Eksistensi dan Produktivitas Sektor UMKM dan Pariwisata di Desa Bumiaji.

- d. Identitas Wajib yang Harus Dimiliki UMKM
- e. Materi Tentang E katalog
- f. Persamaan Marketplace Pemerintah dan Marketplace Swasta
- g. E Katalog Sebagai Sarana Transformasi Digital dalam Kemitraan
- h. Pengenalan E Katalog Kota Batu
- i. Materi Tentang Destination Marketing
- j. Konsep dan Tujuan Destination Marketing Bagi Pengembangan Sektor UMKM dan Pariwisata
- k. Implementasi Konsep Destination Marketing
- l. Peran Berkelanjutan Sektor Pariwisata Terhadap Pengembangan Sektor Lainnya
- m. Integrasi Kemitraan dan Destination Marketing

TARGET LUARAN

Target Luaran ini adalah meningkatnya pemahaman masyarakat terutama pemilik UMKM di desa Bumiaji Kota Batu tentang penguatan ekonomi lokal melalui sektor unggulan berbasis kemitraan dan destination marketing di desa bumiaji. Bantuan dari perangkat desa setempat untuk memberikan edukasi secara berkala tentang penguatan UMKM dalam era digitalisasi ini agar mampu bersaing dengan kompetitor lainnya.

Tabel 1 Susunan Kegiatan Tim Pengabdian Masyarakat

METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan 1 kali dengan kegiatan sosialisasi kepada masyarakat Bumiaji kota Batu Partisipan berjumlah 20 pemilik UMKM . kegiatan pelaksanaan pengabdian masyarakat dilakukan pada hari selasa tanggal 7 Mei 2024 dilaksanakan di tempat Graha wisata desa Bumiaji. Adapun pelaksanaannya dilakukan dengan metode sosialisasi berupa penyampaian materi tentang kemitraan, e katalog dan destination marketing.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh Tim STIA Malang dilakukan dengan memberikan sebuah pemahaman konsep baru dalam sebuah proses kemitraan pada sektor UMKM dan pariwisata yang ada di Desa Bumiaji.

Peserta kegiatan pengabdian masyarakat sebanyak 20 Peserta dari pelaku UMKM, pariwisata dan 2 dari pihak Desa Bumiaji. Dan pengabdian masyarakat ini melibatkan mahasiswa STIA malang khususnya program studi administrasi publik. Adapun susunan kegiatan sebagai berikut:

No	Waktu	Keterangan
1.	09.00-09.15	Pembukaan
2.	09.15-09.30	Sambutan Bapak Wiwit Selaku Sekertaris Desa Bumiaji
3.	09.30-09.45	Sambutan Octa Dwi Sofian, S.AP, M.AP selaku ketua Tim Pengabdian
4	09.45-10.15	Penyampaian materi kemitraan oleh Octa Dwi Sofian, S.AP, M.AP
5.	10.15-10.30	Sesi Tanya jawab
6.	10.30-11.00	Penyampaian materi e katalog oleh Octa Dwi Sofian, S.AP, M.AP
7.	11.00-11.15	Sesi Tanya jawab
8.	11.15-11.45	Penyampaian Destination Marketing oleh Eka Agustiningtias, S.AB, M.AB

9.	11.45-12.00	Sesi Tanya Jawab
10.	12.00	Penutup

Sumber: Tim Pengabdian Masyarakat 2024

Penyampaian materi di dalam Pengabdian masyarakat ini disampaikan 2 materi dengan narasumber yang berbeda, materi pertama tentang a). Penyampaian materi kemitraan dan materi e katalog disampaikan oleh Bapak Octa dwi sofian, S.AP, M.AP. b). Penyampaian materi *Destination Marketing* Ibu Eka agustiningtias, S.AB., M.AB. Berikut ini adalah. Penyampaian materi kemitraan dan materi e katalog penyampaian materi oleh Bapak Octa Dwi Sofian S.AP., M.AP



Gambar 1. Penyampaian materi Bapak Octa dwi sofian S.AP., M.AP.

Sumber : data Tim Pengabdian Masyarakat 2024

Berikut ini adalah penyampaian materi materi *Destination Marketing* oleh ibu Eka agustiningtias, S.AB., M.AB.



Gambar 2. Penyampaian materi Eka agustiningtias, S.AB., M.AB.

Sumber : data Tim Pengabdian Masyarakat 2024

Selain penyampaian materi terdapat diskusi dengan partisipan pengabdian Diskusi dilakukan dengan metode tanya jawab. Terdapat 5 pertanyaan partisipan antara lain :

1. Ibu Santi Yuni – Banaran, Ledok – kelompok usaha produksi kripik kentang. **Pertanyaan:** Sekitar tahun 2000-an (modal awal kiloan saja), singkat cerita pernah kerja sama (bermitra) dengan indomarco & toko oleh-oleh. Namun faktanya usaha beliau tidak saling menguntungkan (mengalami kerugian di retur, persaingan antarproduk juga + bersaing tidak sehat dalam relasi kedekatan dengan pemilik toko).

2. Ibu Lilis, Beru – Produk makanan tempoe doeloe (jadul)
Pertanyaan: Apakah usaha saya ini harus memiliki NPWP njih ?
 3. Ibu Baroh, Banaran – sektor pertanian
Pertanyaan: Produk peyek sawi, masih ada problem dalam *packaging*, hanya berdagang jika ada event” tertentu serta untuk *marketing* hanya melalui platform wa saja. Hasil pertanian dijual juga via online. Motivasi apa kira” agar kelompok umkm saya tetap eksis & solid demi menjaga produk yg berkualitas tsb ?
 4. Ibu Siti, Beru . Pertanyaan : Produk olahan makanan harus berlabel halal MUI?
 5. (Ibu Wanti, Banaran) – Usaha telur asin. Isi Pertanyaan: Permasalahan *packaging* telur asinnya yang rentan rusak/retak.
- Di dalam sesi tanya jawab terdapat 5 pertanyaan dari peserta pengabdian masyarakat



Gambar 3. Sesi tanya jawab dengan peserta pengabdian

Sumber : data Tim Pengabdian Masyarakat 2024

Terakhir kegiatan sesi penutup, pada kegiatan sesi penutup ini pemateri memberikan kesimpulan maksud dan tujuan dengan diberikan sosialisasi terkait penguatan ekonomi lokal berbasis kemitraan dan *destination marketing*.

PENUTUP

KESIMPULAN

Berdasarkan kegiatan pengabdian yang telah dilaksanakan, maka dapat dibuat kesimpulan sebagai berikut:

1. Sosialisasi penguatan ekonomi lokal melalui sektor umggulan berbasis kemitraan dan *destination marketing* di Desa Bumiaji telah terlaksana dengan baik.
2. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat mengenai sosialisasi penguatan ekonomi lokal melalui sektor umggulan berbasis kemitraan dan *destination marketing* di Desa Bumiaji mendapatkan respon yang antusias dari para peserta terbukti terdapat pertanyaan dari para peserta sebagai *feed back* untuk kedepannya.
3. Peningkatan pemahaman bagi peserta pelatihan tentang sosialisasi penguatan ekonomi lokal melalui sektor umggulan berbasis kemitraan dan

destination marketing di Desa Bumiaji dengan metode ceramah disertai tanya jawab.

4. Pengenalan sistem atau cara baru dalam proses kemitraan yaitu dengan e katalog yang di wadahi oleh Bagian pengadaan barang dan jasa Kota Batu.

SARAN

Berapa saran yang dapat disampaikan pada laporan pengabdian masyarakat ini antara lain:

1. Pengaturan jadwal agar disesuaikan dengan kegiatan para peserta sehingga para peserta dapat dengan aktif mengikuti kegiatan pengabdian.
2. Adanya keberlanjutan program pengabdian masyarakat baik berupa pembelajaran dan pendampingan khususnya pendaftaran produk UMKM di e katalog.

DAFTAR PUSTAKA

- Ambardi, U. M. Dan Socia P. (2002). *Pengembangan Wilayah dan Otonomi Daerah*. Jakarta: Pusat Pengkajian Kebijakan Pengembangan Wilayah
- Buhalis, D. (2000). *Marketing the competitive destination of the future. Tourism Management*, 21(1), 97–116.
- Buhalis, D. (2000). Marketing the Competitive Destination of the Future. *Journal of Tourism Management*, 97-116.
- Martin. 1989. Dalam Ike Janita Dewi, (2011). *Implementasi Dan Implikasi*

Kelembagaan Pemasaran Pariwisata Yang Bertanggungjawab. Jakarta : kementerian kebudayaan dan pariwisata republik Indonesia.

Suryono, Agus. 2004. *Pengantar Teori Pembangunan*. Malang: UM Pers.

Todaro, Michael. 2011. *Pembangunan Ekonomi* Ed.9. Jakarta: Erlangga.

Tr, W., & Report, A. D. E. (2004). *World trade report*

Usya, N. 2006. *Analisis Struktur Ekonomi dan Identifikasi Sektor Unggulan di Kabupaten Subang*. Bogor: Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor.

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang UMKM.

Peraturan Pemerintah No 44 Tahun 1997 Tentang Kemitraan

Profil Desa Bumiaji Tahun 2024

LKPP.go.id