



Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Potensi Wisata Kali Gede Dan Pemasaran Produk Umkm Di Desa Sugihwaras, Kecamatan Pringkuku, Kabupaten Pacitan, Provinsi Jawa Timur

Hanindyo Bramastomo¹, Irvi Yuliana², Annisa Sekar Kinasih³, Juan Hendrik⁴, Syafiq Naufal⁵, Herlang Romadlon⁶, Muhammad Fikry Ballady⁷, Akhmad Miftahusalam⁸

¹Universitas Sebelas Maret

Email: juanhendrik00@student.uns.ac.id

Abstrak

Desa Sugihwaras merupakan salah satu dari tiga belas desa di wilayah Kecamatan Pringkuku, yang terletak 8 Km ke arah Barat dari Kantor Kecamatan Pringkuku. Desa Sugihwaras memiliki sebelas dusun dengan luas wilayah seluas 697,52 Ha. Berdasarkan kondisi lapangan yang ada, diharapkan dapat mengembangkan destinasi baru yang berpotensi menjadi pariwisata di masa yang akan datang. Kondisi sosial masyarakat Desa Sugihwaras bisa dikatakan bahwa mayoritas masyarakatnya masih berada dalam ekonomi yang menengah. Sektor pencaharian masyarakatnya adalah sebagai petani, pedagang dan pekerja formal. Penghasilan masyarakat yaitu pada berdagang dan UMKM. Penjualan produk UMKM, Kripik Tempe Sagu dari desa Sugihwaras masih kalah saing dengan produk sejenisnya. Hal tersebut mengakibatkan masyarakat semakin susah dalam mengembangkan produk yang mereka buat. Selain itu, jarak pasar yang lumayan jauh menjadi kendala dalam penjualan mereka sehingga mereka lebih fokus berjualan dalam warung kecil. Permasalahan yang ditemukan pada sektor ini terfokus pada proses pemasaran produk yang masih minim, variasi produk yang ditawarkan, dan kurang adanya publikasi yang lebih tersistem.

Kata kunci: Media sosial, Pariwisata, UMKM, Desa Sugihwaras

Abstract

Sugihwaras Village is one of thirteen villages in Pringkuku Sub-district, located 8 km to the west of Pringkuku Sub-district Office. Sugihwaras village has eleven hamlets with an area of 697.52 Ha. Based on the existing field conditions, it is expected to develop new destinations that have the potential to become tourism in the future. The social condition of the Sugihwaras Village community can be said that the majority of the people are still in the middle economy. The livelihood sectors of the community are farmers, traders and formal workers. The community's income is from trading and MSMEs. Sales of MSME products, Tempe Sago chips from Sugihwaras village are still less competitive with similar products. This makes it more difficult for the community to develop the products they make. In addition, the long distance to the market is an obstacle to their sales, so they focus more on selling in small stalls. The problems found in this sector focus on the minimal product marketing process, the variety of products offered, and the lack of a more systemized publication.

Keywords: social media, Tourism, MSMEs, Sugihwaras Village

Article Info

Received date: 26 September 2023

Revised date: 18 April 2023

Published date: 29 April 2023

A. PENDAHULUAN

Pacitan merupakan sebuah kabupaten di Jawa Timur, Indonesia. Ibu kotanya adalah Pacitan. Pada zaman Hindia-Belanda, daerah ini disebut Kawedanan Pacitan yang terkenal dengan tujuan wisatanya. Kabupaten Pacitan terletak di paling ujung barat daya Provinsi Jawa Timur dan dikelilingi oleh perbatasan dengan Provinsi Jawa Tengah, tepatnya Kabupaten

Wonogiri. Wilayahnya berbatasan dengan Kabupaten Ponorogo dan Kabupaten Wonogiri (Jawa Tengah) di sebelah utara, Kabupaten Trenggalek dan Kabupaten Ponorogo di sebelah timur, Samudera Hindia di sebelah selatan, serta Kabupaten Wonogiri (Jawa Tengah) di sebelah barat. Sugihwaras adalah desa yang terletak di Kecamatan Pringkuku, Pacitan, Jawa timur. Kondisi geografis di Desa Sugihwaras merupakan perbukitan dengan kondisi batu bertanah dan masih terdapat hutan dengan wilayah yang cukup luas. Selain itu terdapat gua dan sungai bernama Kali Gede yang melintasi wilayah tersebut merupakan beberapa potensi yang dimiliki Desa Sugihwaras. Berdasarkan kondisi lapangan yang ada diharapkan dapat mengembangkan destinasi baru yang berpotensi menjadi pariwisata di masa yang akan datang. Adanya potensi tersebut tidak dibarengi dengan sumber daya manusia yang ada. Penduduk di Desa Sugihwaras mayoritas adalah orang tua usia lanjut dan anak – anak, kurangnya pemuda menghambat kemajuan dan perkembangan desa. Dengan memanfaatkan potensi yang ada pemerintah dan masyarakat desa akan terbantu perkembangannya dalam segi ekonomi, budaya, dan Pendidikan.

Sedangkan kondisi sosial masyarakat Desa Sugihwaras bisa dikatakan bahwa mayoritas masyarakatnya masih berada dalam ekonomi yang menengah. Sektor pencaharian masyarakatnya adalah sebagai petani, pedagang dan pekerja formal. Penghasilan masyarakat yaitu pada berdagang dan UMKM. Penjualan produk UMKM, Kripik Tempe Sagu dari desa Sugihwaras masih kalah saing dengan produk sejenisnya. Hal tersebut mengakibatkan masyarakat semakin susah dalam

mengembangkan produk yang mereka buat. Selain itu, jarak pasar yang lumayan jauh menjadi kendala dalam penjualan mereka sehingga mereka lebih fokus berjualan dalam warung kecil. Permasalahan yang ditemukan pada sektor ini terfokus pada proses pemasaran produk yang masih minim, variasi produk yang ditawarkan, dan kurang adanya publikasi yang lebih tersistem. Oleh karena itu kami sepakat untuk memilih “Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Potensi Wisata Kali Gede dan Pemasaran Produk UMKM Di Desa Sugihwaras, Kecamatan Pringkuku, Kabupaten Pacitan, Provinsi Jawa Timur” sebagai program utama kami.

B. METODE

Program Sosialisasi konsep Wisata Kali Gede dan Pemasaran Produk UMKM dilaksanakan pada hari Senin, 08 Agustus 2022 bertempat di Balai desa Sugihwaras. Sementara untuk membuat konsep wisata baru Kali gede, mengunjungi destinasi wisata yang sudah ada yaitu Gua Ngasem untuk di promosikan juga, dan mengunjungi tempat UMKM kripik tempe dilakukan sejak 15 Juli - 05 Agustus 2022 termasuk pembuatan akun media sosial yaitu Instagram sebagai sarana untuk promosi. Sasaran Sosialisasi ini yaitu pelaku UMKM di desa dan seluruh perangkat desa dan jajarannya desa.



Gambar 1. Survey lokasi pembuatan konsep wisata baru



Gambar 2. Proses pembuatan UMKM kripik tempe



Gambar 3. Survey wisata gua Ngasem

Sosialisasi Konsep Wisata disampaikan oleh saudara Muhamad Fikry Balady Mahasiswa program studi Desain Interior. Sosialisasi bukan hanya memaparkan materi namun juga ada sesi tanya jawab dengan perangkat desa yang hadir.



Gambar 4. Materi oleh M. Fikry Ballady

Untuk UMKM kripik tempe sendiri, kami datang ke lokasi bertempat di rumah ibu Yuni dan memberikan arahan langsung mengenai promosi produk UMKM nya melalui media sosial yang sama dengan wisata di desa Sugihwaras.

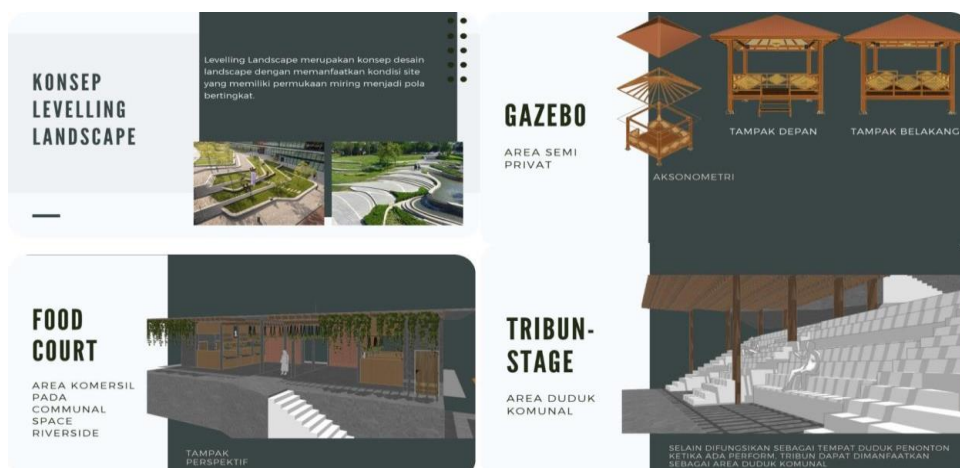


Gambar 5. Sosialisasi UMKM kripik tempe

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Sosialisasi Konsep Wisata Kali Gede

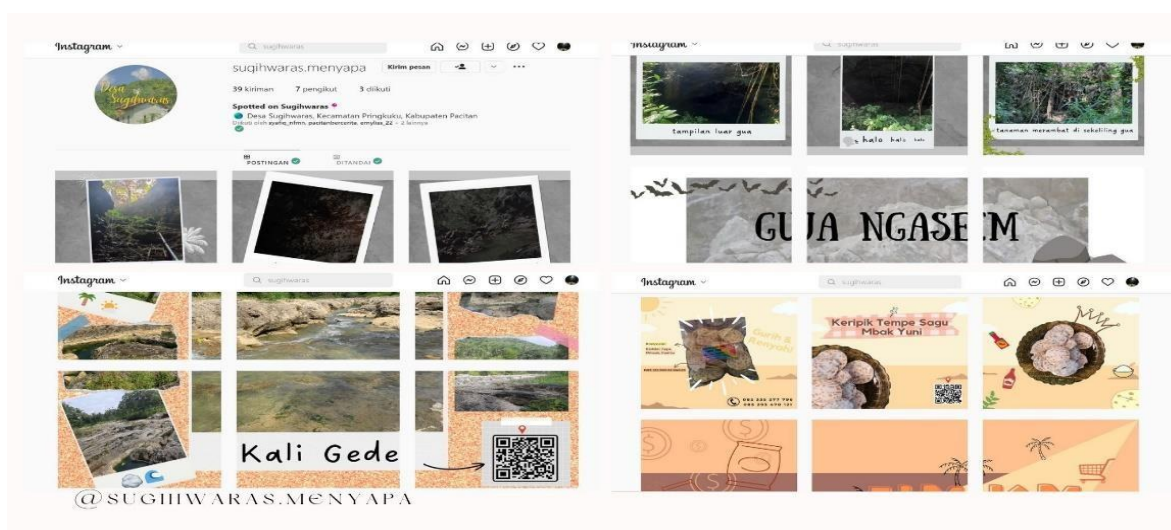
Sosialisasi Konsep wisata yang di paparkan kepada perangkat desa adalah berupa Communal space riverside. Communal space atau area komunal yaitu tempat berkumpul, tempat bermain anak-anak, atau tempat untuk melakukan aktivitas lainnya, bedanya area komunal ini berada di pinggir sungai sehingga pengunjung dapat menikmati suasana desa yang tenang dengan pemandangan aliran sungai. Dibawah ini merupakan gambaran dari konsep wisata yang telah dibuat oleh saudara M. Fikry Ballady Mahasiswa Program Studi Desain Grafis.



Gambar 6. Desain konsep Communal Sapce

2. Akun Media Sosial Desa

Pemanfaatan teknologi informasi melalui pembuatan media pemasaran berbasis web serta pemanfaatan social networking, diperuntukan bagi perusahaan dalam mempromosikan usahanya, jalur akses informasi produk, melakukan transaksi usaha, serta melakukan komunikasi bisnis lainnya secara global, dalam rangka memperluas jaringan usahanya, serta dipercaya memiliki efisiensi anggaran yang cukup hemat (Khabib, 2015). Akun media sosial yang digunakan untuk mempromosikan destinasi wisata desa dan produk UMKM adalah Instagram add, alasannya karena Instagram merupakan salah satu aplikasi media sosial yang paling banyak digunakan saat ini.



Gambar 7. Home page Media sosial desa

D. KESIMPULAN

Pemanfaatan internet dewasa ini juga telah demikian berkembang pada berbagai aspek kehidupan, salah satunya adalah social media, di mana social media merupakan sebuah media sosialisasi dan interaksi, dapat dilihat dan dikunjungi oleh setiap rang yang berisikan berbagai informasi mengenai produk dan lain sebagainya. Keberadaan media sosial merupakan sebuah media pemasaran yang paling mudah dan murah yang dapat dilakukan oleh perusahaan, hal ini pula yang menjadi daya

tarik bagi para pelaku UMKM untuk menjadikannya sebagai media promosi yang handal.

Selain melakukan pemasaran produk, media sosial juga dapat digunakan untuk mempromosikan Usaha pariwisata suatu daerah dengan mudah. Usaha pariwisata adalah kegiatan yang bertujuan menyelenggarakan jasa pariwisata atau menyediakan atau mengusahakan objek dan daya tarik wisata. Konsep wisata yang telah dipaparkan pada saat sosialisasi bukan hanya membuka daya Tarik wisata baru tapi juga dapat membantu UMKM desa memperluas pasarnya selain dengan media sosial.

E. UCAPAN TERIMA KASIH

1. Kepada UPKKN LPPM Universitas Sebelas Maret yang telah memfasilitasi pelaksanaan kegiatan KKN periode Juli-Agustus 2022.
2. Kepada Kepala Desa Sugihwaras, Bapak Sigit yang telah mengizinkan pelaksanaan kegiatan sosialisasi kepada perangkat desa dan pelaku UMKM Desa.
3. Kepada segenap warga Desa Sugihwaras, para kepala dusun, yang telah mengikuti dan mendukung program sosialisasi Pemanfaatan media sosial.

F. DAFTAR PUSTAKA

- Fitriani, Yuni. 2017. "Analisis Pemanfaatan Berbagai Media Sosial Sebagai Sarana Penyebaran Informasi Bagi Masyarakat." *Paradigma* 148-152.
- Rani, Deddy Prasetya Maha. 2014. "PENGEMBANGAN POTENSI PARIWISATA Kabupaten Sumenep, Madura, Jawa Timur (Studi Kasus: Pantai Lombang)." *Jurnal Politik Muda*, Vol. 3 No. 3 412-421.
- Situmorang, Rahel. 2001. "Perencanaan dan Pengembangan Wisata Pantai Berwawasan Lingkungan." *Bina wisata nusantara* 74-78.