

## Akselerasi Digital Pengembangan UMKM Berbasis Pariwisata di Desa Wanajaya Kecamatan Cisolok

Heliani<sup>1</sup>, Angga Riyansyah<sup>2</sup>, Iqbal Tawakal<sup>3</sup>, Marko Andrianus Sihotang<sup>4</sup>, Neng Anida Al-daniah<sup>5</sup>, Suci Nur Imelda<sup>6</sup>, Vina Herdina<sup>7\*</sup>, Lusi Oktaviani<sup>8</sup>, Erika Krismonica<sup>9</sup>

<sup>1,2,3,4,5,6,7,8,9</sup> Universitas Nusa Putra

\*Corresponding author

E-mail: vina.herdina\_ak19@nusaputra.ac.id (Vina Herdina)\*

### Article History:

Received: April 2023

Revised: April 2023

Accepted: April 2023

**Abstract:** Program ini bertujuan untuk meningkatkan kompetensi pelaku UMKM dan desa wisata dalam link bisnis produk dengan memfasilitasi pembuatan website, memperluas jaringan pemasaran internet (online), dan meningkatkan kompetensi manajemen pemasaran. Metode pendekatannya adalah dengan melakukan pelatihan dan pendampingan secara terus menerus hingga mereka mandiri. Hasil dari kegiatan ini adalah UKM dan pariwisata. Desa Wanajaya ingin mengoptimalkan peran BUMDES, sehingga tidak perlu membuat asosiasi UMKM, mengembangkan website dan membandingkan dengan e-commerce yang telah disediakan oleh tim. Diharapkan omset akan meningkat lebih dari 20 persen.

### Keywords:

Pengabdian Masyarakat, Akselerasi Digital, Sosial, Potensi Pariwisata, UMKM

## Pendahuluan

Desa wisata saat ini makin diminati, *trend* bisnis ini sangat bagus untuk memperkenalkan suatu produk UMKM di suatu desa dengan mengangangkat terlebih dahulu potensi wisata desanya dan wisata itu bisa berupa wisata kuliner, wisata edukasi, wisata alam dan budaya. Sehingga, di daerah Sukabumi pun tumbuh beberapa desa wisata, tidak terkecuali Desa Wanajaya. Desa ini telah menjadi subyek kegiatan pengabdian kepada masyarakat tentang peningkatan pemasaran produk UMKM dan potensi desa wisata. Desa Wanajaya dalam upaya komersialisasi produk berdaya saing dan berbasis informasi teknologi, perlu keberlanjutan program agar tepat mengenai sasaran sesuai *need assesment* dan berdampak optimal bagi produsen dalam meningkatkan kompetensi, juga kualitas dan kuantitas produk (Purwaningsih, Suhaeri, and Ariyanti 2020). Desa Wanajaya terdiri dari 38 RT, 6 RW dan memiliki jumlah penduduk sebanyak 12.123 jiwa serta terdapat 10 UMKM di setiap RT dan Rwnya (Wikipedia 2012). Sebagian besar masyarakat berprofesi sebagai petani dan wirausaha, setiap RW masyarakatnya memiliki spesifikasi usaha sendiri.

Mengingat permasalahan yang dihadapi mitra sangat kompleks, yakni: belum ada asosiasi/perkumpulan produsen, akses teknologi informasi belum dimanfaatkan, keterbatasan jangkauan pemasaran produk yang belum *online*, dan kompetensi manajemen pemasaran yang masih rendah yang mengakibatkan daya saing produk yang dihasilkan masih rendah, maka tim pengusul akan berusaha keras untuk membantu mengatasi permasalahan mitra sesuai kompetensi Pengusul, dengan tetap menggunakan partisipasi aktif mitra dan kerja sama dengan *link* terkait. Dengan kondisi UMKM yang tata kelolanya masih konvensional, maka dalam rangka meningkatkan kualitas dan kuantitas produk yang berdaya saing UMKM Desa Wanajaya dari waktu ke waktu perlu dilakukan pembuatan *website*, pembuatan perkumpulan dan optimalisasi *e-commerce*. Pemahaman mendalam tentang dinamika perkembangan pariwisata mutlak diperlukan untuk mempersiapkan sektor pariwisata sebagai Desa Wisata Wanajaya. Pariwisata adalah salah satu industri baru yang mampu menghasilkan pertumbuhan ekonomi yang dalam penyediaan lapangan kerja, peningkatan penghasilan serta menstimulasi sektor-sektor lainnya.

Kelompok KKN 9 Universitas Nusa Putra, memandang perlu untuk melakukan program *workshop* berupa pelatihan dan pendampingan serta fasilitasi berbagai hal di atas bagi pemberdayaan UMKM dan desa wisata di Desa Wanajaya. Pelatihan dan pendampingan yang dimaksud meliputi peningkatan kemampuan atau keahlian dengan mengadakan pelatihan secara berkala, dengan harapan dapat meningkatkan keahlian masyarakat setempat sehingga akhirnya dapat menciptakan lapangan pekerjaan dalam mendukung pengembangan usaha wisata di Desa Wanajaya.

Berdasarkan analisis situasi, permasalahan yang dihadapi usaha mikro Desa Wanajaya Sukabumi dan berbagai prioritas yang perlu dilakukan sebagaimana tampak pada Tabel 1.

**Tabel 1.** Analisis Situasi Permasalahan yang dihadapi UMKM Desa Wanajaya

Permasalahan	Solusi
Kurangnya koordinator dari desa terkait potensi UMKM dan wisata desa.	Pelatihan dan pendampingan desa untuk pengembangan UMKM dan wisata desa.
Belum adanya sosial media dan <i>website</i> .	Pelatihan pembuatan sosial media dan pemanfaatan <i>website</i> .
Kurangnya motivasi dan pengetahuan tentang jualan online.	Sosialisasi serta edukasi <i>Online Shop</i> .

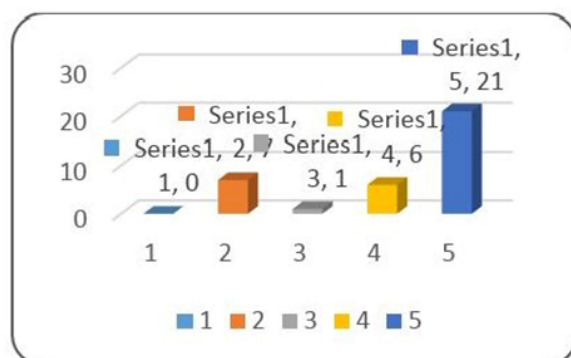
Belum terlaksananya <i>e-commerce</i> dengan baik.	Pelatihan dan pendampingan optimalisasi pemanfaatan <i>e-commerce</i> .
Pemasaran konvensional dan kurangnya daya saing.	Peningkatan daya saing melalui tata kelola (manajemen) dan strategi.

## Metode

Penelitian ini di lakukan di Desa Wanajaya Kecamatan Cisolok Kabupaten Sukabumi. Metode pengumpulan data yang dilakukan yaitu menggunakan metode observasi dengan cara melakukan pengamatan secara langsung. (Widiyoko 2014) menyatakan bahwa observasi adalah pengamatan dan pencatatan yang sistematis terhadap unsur-unsur yang dalam suatu gejala pada objek penelitian. Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan metode deskriptif kualitatif. (Wirartha 2006) menyatakan bahwa metode analisis deskriptif kualitatif ialah menganalisis, menggambarkan, dan meringkas berbagai kondisi dari berbagai data yang telah dikumpulkan berupa hasil wawancara atau pengamatan mengenai permasalahan yang diteliti yang terjadi di lapangan. Metode wawancara dilakukan dengan para masyarakat Desa Wanajaya dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang telah disiapkan sebelumnya. Analisis data dilakukan dengan metode kualitatif dan deskriptif.

## Hasil

Dikarenakan hampir semua pemilik UMKM belum memanfaatkan akses teknologi informasi dengan baik, jangkauan pemasaran produk yang belum *online*, dan kompetensi manajemen pemasaran yang masih rendah. Maka kami mengadakan penelitian dengan responden dalam penelitian ini berjumlah 35 pemilik UMKM di Desa Wanajaya Kecamatan Cisolok Kabupaten Sukabumi. Berikut gambar mengenai permasalahan tersebut.



**Gambar 1.** Distribusi Frekuensi Jawaban Responden tentang Minat Mengubah Desain Produk menjadi Lebih Baik

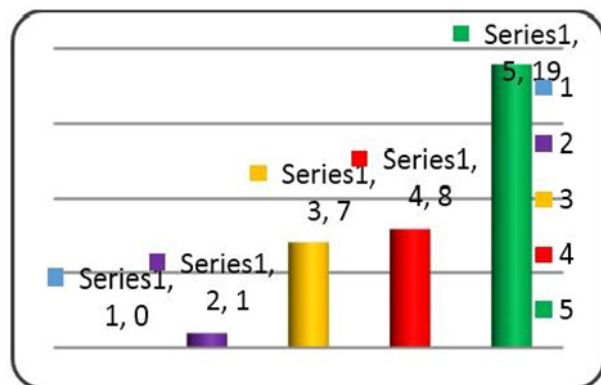
**Table 2.** Hasil Analisis Data tentang Minat Mengubah Desain Produk

<i>Valid</i>	<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
2	4	11.4	11.4	11.4
3	9	25.7	25.7	37.1
4	3	8.6	8.6	45.7
5	19	54.3	54.3	100.0
Total	35	100.0	100.0	

Hasil analisis data berkaitan dengan pemahaman pelaku UMKM tentang minat mengubah desain produk menjadi lebih bagus dapat ditabulasikan seperti tampak pada Tabel 2.

Berdasarkan hasil analisis terhadap data yang terkumpul dapat diketahui bahwa: a) jumlah responden yang tidak berminat mengubah desain produk menjadi lebih bagus sebanyak 4 orang (11,4%), b) jumlah responden yang cukup berminat mengubah desain produk menjadi lebih bagus sebanyak 9 orang (25,7%), c) jumlah responden yang berminat mengubah desain produk menjadi lebih bagus sebanyak 3 orang (8,6%) dan, d) jumlah responden yang sangat berminat mengubah desain produk menjadi lebih bagus sebanyak 19 orang (54,3%).

Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam hal ini pemilik UMKM di Desa Wanajaya, Kabupaten Sukabumi sangat berminat mengubah desain produk menjadi lebih bagus. Uraian penjelasan apabila divisualisasikan dalam bentuk diagram akan tampak pada Gambar 1.



**Gambar 2.** Distribusi Frekuensi Jawaban Responden tentang Minat Memaksimalkan Pemasaran melalui E-Commerce

**Table 3.** Hasil Analisis Data Berkaitan dengan Pemahaman Pelaku UMKM tentang Minat Memaksimalkan Pemasaran melalui E-Commerce

<i>Valid</i>	<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
2	1	2.9	2.9	2.9
3	7	20.0	20.0	22.9
4	6	17.1	17.1	40.0
5	21	60.0	60.0	100.0
Total	35	100.0	100.0	

Berdasarkan hasil analisis terhadap data yang terkumpul dapat diketahui bahwa: a) jumlah responden yang tidak berminat memaksimalkan pemasaran melalui *e-commerce* sebanyak 1 orang (2,9%), b) jumlah responden yang cukup berminat memaksimalkan pemasaran melalui *e-commerce* sebanyak 7 orang (20%), c) jumlah responden yang berminat memaksimalkan pemasaran melalui *e-commerce* sebanyak 6 orang (17,1%) dan, d) jumlah responden yang sangat berminat memaksimalkan pemasaran melalui *e-commerce* sebanyak 21 orang (60,0%). Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam hal ini pemilik UKMK di Desa Wanajaya Kabupaten Sukabumi sangat berminat memaksimalkan pemasaran melalui *e-commerce*. Uraian lebih dipahami manakala memperhatikan diagram yang tampak pada Gambar 2.

Berbagai pelatihan telah digelar dan kemudian dilanjutkan dengan pendampingan. Pelatihan dikemas secara praktis dengan mengambil tempat di tempat usaha yaitu balai desa Desa Wanajaya, dan telah dilaksanakan pelatihan *legal entity* perkumpulan, manajemen, ijin edar PIRT, desain industri dan pendampingan merek serta serah terima *e-commerce*. Hasil kegiatan ini pelaku UMKM Desa Wanajaya ingin mengoptimalkan peran BUMDES, jadi tidak perlu dibuatkan perkumpulan UMKM, ingin memiliki merek dagang dan melakukan *branding* dengan *e-commerce* yang telah diberikan oleh tim. Diharapkan omzet akan makin meningkat, lebih dari 20 %. Pada PKM mono tahun sebelumnya omzet telah naik 20%, jadi tahun 2019-2020 ditargetkan meningkat hingga 25%.

Berdasarkan hasil wawancara dengan mitra rara (disetujui oleh sebagian besar UMKM secara aklamasi yang hadir saat pelatihan) bahwa sebenarnya saat ini telah ada BUMDES, maka tidak berminat mengurus perkumpulan, dikarenakan akan banyak membuang tenaga, maka lebih baik dikelola dalam satu wadah BUMDES saja. Demikian pula tentang admin/teknisi IT untuk *e-commerce* diserahkan terimakan ke aparat desa, ketua BUMDES telah berkoordinasi dengan aparat desa untuk mengelola dan menyediakan admin demi kepentingan UMKM Desa Wanajaya. Selain itu, untuk desain industri telah mengubah tikar yang semula sangat sederhana menjadi lebih cantik tampilan dan menambah kualitas menjadi tebal ditambah busa, meskipun dengan harga yang lebih tinggi. Dalam perkembangan pendampingan merek, hanya 2 UMKM yang mendaftarkan mereknya di Desa Wisata Bisnis Desa Wanajaya, namun diharapkan akan memotivasi UMKM lainnya.

Aparat desa, produsen, dan organisasi, juga yayasan Kuntum Indonesia yang sejak awal telah membantu produsen. Kemudian forum UMKM dan pemerintah daerah dalam hal ini institusi pemerintahan yang terkait, khususnya Dinas Koperasi-UKM, dan *link* relevan seperti Dinas Pangan, Pertanian dan Perdagangan dan Perindustrian dalam hal ini sebagai *stakeholders* tingkat kabupaten yang mendampingi produsen bertugas:

- 1) Melakukan pembinaan, promosi, dan pengembangan SDM,
- 2) Pendampingan dalam memfasilitasi pendanaan dan perluasan pemasaran,
- 3) melakukan berbagai pemberdayaan dan pendampingan secara terus menerus baik dari sisi kepentingan ekonomi, teknologi, maupun hukum,
- 4) Melakukan edukasi, sosialisasi, perubahan *mindset* yang mendalam pada produsen tentang pentingnya perlindungan hukum terhadap produknya, pemanfaatan IT untuk *branding* dengan merek terdaftar,
- 5) Memberikan fasilitasi pembentukan asosiasi produsen UMKM Desa Wanajaya.

Asosiasi produsen (UKM) dan BUMDES harus mampu mempromosikan dan melindungi dirinya, bertugas:

- 1) Jika diperlukan membentuk asosiasi berbadan hukum (ber-akta notaris) dalam rangka pelaksanaan perlindungan hukum makanan tradisional berdasarkan UU Merek dan Indikasi Geografis, dan penegakan hukumnya
- 2) Sebagai koordinator lapangan.

Perguruan tinggi bertugas melakukan:

- 1) Sosialisasi badan usaha dan badan hukum, HKI khususnya peningkatan pemahaman tentang merek dan indikasi geografis,

- 2) Peningkatan pemahaman tentang peraturan perundangan terkait ijin edar (NIE) dan SIUP,
- 3) Peningkatan pemahaman tentang pentingnya pendaftaran merek, indikasi geografis (IG), ijin edar NIE), dan ijin usaha (SIUP),
- 4) Membantu PEMDA memberikan fasilitasi pembentukan asosiasi berbadan hukum (berakta notaris), dan
- 5) Pendampingan atau fasilitasi kegiatan mendeskripsikan produk yang diunggulkan untuk pengajuan indikasi geografis.

LSM dan instansi lainnya bertugas:

- 1) Mengulurkan perhatian dan bantuan upaya perlindungan hukum terhadap produk UMKM unggulan Desa Wanajaya yang mungkin belum diakses oleh perguruan tinggi dan PEMDA,
- 2) Melakukan berbagai kegiatan yang belum dilakukan oleh perguruan tinggi, sebagaimana disebutkan,
- 3) Bekerja sama dengan perguruan tinggi untuk melakukan berbagai kegiatan dalam upaya melakukan perlindungan hukum terhadap produk UMKM Desa Wanajaya,
- 4) Memberikan penguatan kepada asosiasi produsen, dan
- 5) Membantu peningkatan pemahaman tentang manajemen dan strategi pemasaran untuk *branding* produk.

Langkah selanjutnya adalah pemerintah daerah bersinergi dengan asosiasi produsen yang tergabung dalam asosiasi UMKM melakukan berbagai kegiatan yang akan memberi dampak terhadap pemberdayaan produsen dan kelancaran proses pengajuan merek atau indikasi geografis. Pemerintah daerah dan Asosiasi Produsen, didampingi oleh perguruan tinggi dan/atau LSM membantu pembuatan organisasi dalam bentuk asosiasi produsen berbadan hukum. Asosiasi atau pemerintah daerah, atau secara bersama-sama inilah yang akan bertindak sebagai subyek hukum yang akan mendaftarkan berbagai jenis produk UMKM tersebut yang diunggulkan untuk mendapatkan perlindungan hukum utamanya merek dagang. Berdasarkan permohonan itu, Ditjen KI Kemenkum HAM melakukan berbagai langkah administrasi, mulai dari pengecekan kelengkapan persyaratan administrasi sampai dengan penetapan perlindungan hukum.

Jadi perlu pemberdayaan masyarakat produsen dalam rangka melindungi produsen dan produknya, keberpihakan pemerintah dan uluran tangan instansi terkait, Dinas Koperasi UMKM, Dinas Perindag, Dinas Pangan, pemerintah daerah, Ditjen KI, dan perguruan tinggi. Selain itu harus didukung oleh motivasi dari produsen dan organisasi baik organisasi produsen di tingkat Desa Desa Wanajaya, maupun

Forum UMKM Sukabumi dan yayasan atau LSM yang peduli. Kendala *mindset*, kekurangan modal, SDM yang rendah kualitas menjadi hal yang perlu dibenahi dengan menerapkan model perlindungan yang telah dihasilkan, di samping juga adanya uluran tangan pemerintah. Jadi rekomendasi kami, perlu sinergitas pemberdayaan masyarakat produsen dan institusi terkait dalam rangka melindungi produsen dan produknya, keberpihakan pemerintah dan uluran tangan instansi terkait, Dinas Koperasi UMKM, Dinas Perindag, Dinas Pangan, pemerintah daerah, Ditjen KI dan perguruan tinggi.



**Gambar 3.** Contoh Kemasan Produk Gula Semut



**Gambar 4.** Edukasi Desain Kemasan Produk





**Gambar 5.** Presentasi Web Desa Wisata kepada Pemerintah Kecamatan Cisolok

## **KESIMPULAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil kegiatan dapat disimpulkan bahwa sebagian besar pemilik UMKM di Desa Wanajaya, Kabupaten Sukabumi sangat berminat untuk pemasaran *online*. Selama ini mereka hanya berjualan konvensional dari rumah ke rumah menggunakan kemasan buatan sendiri. Mayoritas pemilik UMKM di Desa Wanajaya, Kabupaten Sukabumi sangat berminat merubah desain produk menjadi lebih bagus.

Mayoritas pemilik UMKM di Desa Wanajaya, Kabupaten Sukabumi sangat berminat memaksimalkan pemasaran melalui *e-commerce*.

### **Saran**

Diperlukan keberpihakan aparat desa dan peran BUMDES untuk menerapkan model pemberdayaan agar lebih optimal, beserta Forum UMKM Kabupaten Sukabumi untuk mendampingi pelaku UMKM di Desa Wanajaya Sukabumi yang digunakan untuk dapat melaksanakan program pengabdian pada masyarakat yang sejenis.

## **Pengakuan/Acknowledgements**

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pemerintah desa dan warga Desa Wanajaya, dosen pembimbing, rekan-rekan mahasiswa Kuliah Kerja Nyata Desa Wanajaya, dan berbagai pihak yang terlibat dalam pelaksanaan Pengabdian kepada masyarakat melalui Kuliah Kerja Nyata.

## **Daftar Referensi**

- Purwaningsih, Endang, Suhaeri Suhaeri, and Evie Rachmawati Nur Ariyanti. 2020. "Branding Produk UMKM Kampung Wisata Bisnis Tegal Waru Melalui Reputasi Merek Dan Basis Informasi Teknologi." *Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang* 5(1).

Widiyoko, Eko Putro. 2014. *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Wikipedia. 2012. "Wanajaya, Cisolok, Sukabumi." [https://id.wikipedia.org/wiki/Wanajaya,\\_Cisolok,\\_Sukabumi](https://id.wikipedia.org/wiki/Wanajaya,_Cisolok,_Sukabumi) (April 17, 2022).

Wirartha, I Made. 2006. *Pedoman Penulisan Usulan Penelitian, Skripsi Dan Tesis*. Yogyakarta: Andi.