

## OPTIMALISASI PRODUK LOKAL DALAM MENDUKUNG PENGEMBANGAN DESA WISATA DI BALI

Putu Agus Prayogi<sup>1,\*</sup>, I Nengah Suardhika<sup>2</sup>, Ni Komang Sonia<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Universitas Triatma Mulya, Bali, 80363, Indonesia

<sup>2,3</sup>Universitas Mahasaraswati Denpasar, Bali, 80233, Indonesia

\*Email: agus.prayogi@triatmamulya.ac.id

### ABSTRAK

Produk lokal yang dimiliki oleh masing-masing desa di Bali memiliki potensi yang sangat baik jika dikembangkan menjadi produk oleh-oleh bagi wisatawan yang berkunjung ke desa tersebut. Salah satu desa mitra tempat pelaksanaan pengabdian masyarakat adalah Desa Tangkup yang terletak di Kecamatan Sidemen, Kabupaten Karangasem. Desa Tangkup memiliki luas wilayah 2.667 Km<sup>2</sup> yang sebagian besar berupa sawah. Potensi wisata alam Desa Tangkup adalah kawasan persawahan yang terletak di Tangkup Anyar, daerah aliran sungai yang terletak di daerah Tangkup Desa, dan perbukitan hijau yang mengelilingi desa. Potensi budaya berupa kain tenun cagcag yang merupakan produk khas Tangkup, jajanan tradisional yang disebut jaje tulud, tipat pesor dan sangait. Di tempat lain, sangait terbuat dari ubi jalar, sangait di desa Tangkup terbuat dari singkong yang banyak ditanam oleh masyarakat setempat. Namun, dalam proses pengembangan produk makanan ringan ini, menemui kendala terkait adonan yang tidak mendukung proses desain kue tulud dengan batok kelapa. Meskipun masyarakat ingin mengembangkan jaja tulud, alat-alat yang digunakan tidak boleh diganti. Karena kesulitan tersebut, tidak banyak warga yang bertahan hidup untuk membuat jaja tulud yang biasanya digunakan untuk kebutuhan upacara. Program pengabdian terhadap masyarakat yang dilaksanakan di Desa Tangkup diharapkan mampu memberikan manfaat terhadap masyarakat mitra sehingga mampu menghasilkan produk makanan tradisional yang bercitarasa internasional. Selain itu melalui program pengabdian kepada masyarakat ini diharapkan bisa membantu masyarakat mitra didalam memasarkan produknya dengan memanfaatkan media sosial.

**Kata Kunci:** Desa Tangkup, Potensi Alam, Potensi Budaya, Desa Wisata.

### ANALISIS SITUASI

Pengembangan Desa Wisata merupakan salah satu bentuk program pengembangan kepariwisataan yang melibatkan peranserta masyarakat didalam pengelolaanya. Hampir disetiap kabupaten di Provinsi Bali berupaya memaksimalkan potensi-potensi wisata yang dimiliki oleh masing-masing desa, agar bisa dikembangkan menjadi Desa Wisata. Masing-masing desa diharapkan mampu mengoptimalkan potensi wisata yang dimiliki termasuk produk lokal yang dimiliki sehingga mampu dijadikan daya tarik wisata. Produk lokal yang dimiliki oleh masing-masing desa tidak hanya bisa dijadikan sebagai produk oleh-oleh, produk lokal bisa dikembangkan menjadi salah satu atraksi wisata terutama dalam proses

pembuatannya. Kebanyakan produk lokal yang terdapat pada masing-masing desa berupa produk kerajinan dan produk olahan makanan. Kecendrungan produk lokal dijadikan sebagai produk oleh-oleh yang ditawarkan kepada para wisatawan yang berkunjung. Salah satu desa yang ingin mengembangkan produk lokal sebagai salah satu produk pendukung pengembangan desa wisata adalah Desa Tangkup yang terletak di Kecamatan Sidemen, Kabupaten Karangasem. Desa Tangkup yang sedang mengembangkan Desa Wisata, memiliki berapa produk lokal seperti produk makanan berupa jaja (kue) tulus, jaja (kue) pesor dan jaja (kue) sangait serta produk tenun berupa Tenun Cagcag. Dari hasil observasi awal terdapat kendala dalam pengembangan produk lokal menjadi produk oleh-oleh di Desa Tangkup, seperti citarasa produk makanan, dan juga terkait pemasaran dari produk makanan dan produk tenun.

### **RUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan analisis situasi yang telah dilakukan, maka ditemukan adanya beberapa permasalahan didalam optimalisasi produk lokal dalam mendukung pengembangan Desa Tangkup menjadi desa wisata yang dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana cara mengolah produk makanan agar sesuai dengan citarasa wisatawan yang berkunjung ke Desa Tangkup ?
2. Bagaimana upaya meningkatkan promosi produk lokal melalui media sosial di Desa Tangkup?

### **SOLUSI YANG DIBERIKAN**

Sesuai permasalahan yang dihadapi oleh Desa Tangkup, Kecamatan Sidemen didalam optimalisasi produk lokal, maka penulis mengajukan solusi untuk mengatasi permasalahan diatas antara lain:

1. Mengadakan pelatihan mengenai pengolahan produk makanan lokal agar memiliki citarasa internasional serta cara penyajiannya.
2. Melakukan Pelatihan dibidang pemasaran melalui media sosial agar produk kerajinan lebih dikenal dikalangan masyarakat luas.
3. Membuatkan Akun media sosial seperti instagram dalam rangka memperluas pengenalan produk kerajinan di Desa Tangkup, Kecamatan Sidemen.

### **METODE PELAKSANAAN**

Metode pelaksanaan dari solusi yang telah diberikan pada Masyarakat Desa Tangkup akan terbagi menjadi beberapa tahapan program kerja mulai dari persiapan hingga evaluasi akhir dari jalannya program kerja. Berikut ini uraian metode pelaksanaan program kerja yang dilakukan di Desa Tangkup sebagai berikut:

1. Tahap Perkenalan

Pada tahap perkenalan ini penulis melakukan pengamatan langsung terhadap masyarakat pengerajin dan melakukan wawancara secara langsung dengan

masyarakat dan pengerajin tenun. Pada tahap ini kami membicarakan mengenai permasalahan yang dihadapi. Setelah memahami permasalahan yang ada, penulis memaparkan dan memberi materi mengenai program kerja yang akan dilaksanakan untuk membantu memecahkan masalah yang dihadapi oleh masyarakat pengerajin di Desa Tangkup.

2. Tahap Persiapan

Tahap persiapan untuk mempersiapkan program kerja yang sesuai untuk digunakan dalam mengatasi dari permasalahan yang terjadi. Dalam tahapan ini juga penulis menyiapkan bahan dan peralatan yang dibutuhkan seperti bahan-bahan untuk proses praktikum pengolahan produk makanan lokal serta peralatan penunjang kegiatan pelatihan pemasaran melalui media sosial.

3. Tahap Pelaksanaan Program

Tahap pelaksanaan ini adalah proses berjalannya pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di Desa Tangkup Kecamatan Sidemen dan sekaligus berjalannya proker yang telah diterapkan, sehingga dapat membantu dan memberikan solusi terhadap permasalahan yang sedang dihadapi oleh Desa Tangkup, Kecamatan Sidemen di dalam mengoptimisasi produk lokal di dalam mendukung pengembangan desa wisata.

4. Tahap Evaluasi

Tahap ini adalah tahap akhir dari program kerja. Penulis dan pihak Desa mendiskusikan serta mengevaluasi kegiatan selama keberlangsungan pengabdian masyarakat, dan program kerja yang sudah dilaksanakan, serta hal-hal yang perlu disempurnakan ke depannya.

## HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Keseluruhan kegiatan pengabdian masyarakat yang telah diprogramkan pelaksanaannya di Desa Tangkup telah berjalan lancar dan telah terlaksana dengan baik. Adapun realisasi program kerja yang telah dijalankan di Desa Tangkup dapat disajikan pada Tabel 1 berikut.

**Tabel 1.** Realisasi Program Kerja

No	Nama Program Kerja	Keterangan
1.	Mengadakan pelatihan mengenai pengolahan produk makanan lokal	Terealisasikan
2.	Melakukan Pelatihan dibidang pemasaran melalui media sosial	Terealisasikan
3.	Membuatkan Akun media sosial seperti instagram	Terealisasikan

Berdasarkan Tabel 1 di atas dapat diketahui bahwa dari kegiatan pelatihan yang dilaksanakan, masyarakat Desa Tangkup terutama masyarakat pengerajin dapat mengetahui cara mempromosikan produk melalui media sosial, dan mengetahui cara mengolah makanan tradisional dengan citarasa internasional sehingga kedepannya bisa menjadi salah satu oleh-oleh khas Desa Tangkup. Keberhasilan dalam

menerapkan pelatihan digital marketing kepada masyarakat pengerajin di Desa Tangkup sudah tercapai dengan sempurna. Setelah program ini terlaksana dengan baik di lapangan, maka dapat disimpulkan bahwa program kerja ini berhasil membantu mitra dalam memasarkan produk kerajinan dengan memanfaatkan media sosial, serta mampu mengolah makanan tradisional dengan citarasa internasional.



**Gambar 1.** Hasil rancangan pembuatan media sosial Instagram untuk mempromosikan produk

Dalam pelaksanaan di lapangan terdapat beberapa faktor pendukung dari keberhasilan kegiatan ini yaitu :

1. Pengerajin tenun, masyarakat dan perangkat desa mendukung secara penuh kegiatan ini.
2. Kemudahan dalam menyampaikan materi pelatihan, karena didukung penuh oleh mitra.
3. Pengerajin yang dilatih mempunyai antusias yang sangat tinggi untuk mengikuti pelatihan tentang pengolahan makanan dan pemasaran dengan media sosial.
4. Kerjasama yang sangat baik dengan masyarakat sehingga memudahkan dalam segala bentuk baik koordinasi maupun pelatihan.

Selain faktor pendukung tersebut, adapun faktor penghambat dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah terbatasnya waktu yang dimiliki oleh mitra terutama dalam mengikuti kegiatan pelatihan. Sebagian besar masyarakat mitra berprofesi sebagai petani sehingga kegiatan pelatihan dilaksanakan pada sore hari sehingga pelaksanaannya kurang efektif dalam waktu pelaksanaan.



**Gambar 2.** Pelatihan pengolahan makanan tradisional sebagai produk oleh-oleh

## **PARTISIPASI MASYARAKAT**

Partisipasi masyarakat sasaran selama kegiatan Optimalisasi Produk Lokal Dalam Mendukung Pengembangan Desa Wisata di Bali sebagai berikut:

1. Menyetujui secara penuh rencana dan pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini, hal tersebut bisa dilihat dari sikap terbuka dari masyarakat pengerajin saat tim melakukan kegiatan observasi.
2. Pengerajin Kain Tenun yang menjadi masyarakat sasaran sangat antusias dan bersemangat dalam mengikuti edukasi dan pelatihan dalam pemasaran melalui media sosial yang telah diselenggarakan.
3. Masyarakat sasaran merasa senang dan terbantu terhadap pelatihan dalam pengolahan makanan tradisional sehingga dapat dipraktekan langsung oleh masyarakat sasaran.
4. Pihak masyarakat sasaran atau masyarakat pengerajin juga bersemangat dalam bertanya dan membantu penulis jika mengalami kendala dalam menjalankan program.
5. Masyarakat sasaran ikut berpartisipasi dalam menjalankan program, seperti ikut untuk melakukan kegiatan pelaksanaan pemasaran melalui media sosial dengan selalu aktif dalam mengupload barang yang baru, dan memberikan masukan terhadap program kerja yang dilaksanakan serta tetap menjalankan program kegiatan saat penulis tidak berada di lokasi pelaksanaan.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Kegiatan Optimalisasi Produk Lokal Dalam Mendukung Pengembangan Desa Wisata di Bali telah berjalan lancar dan terealisasi dengan baik. Hal ini dapat terlihat dari hasil ketercapaian kegiatan yang menunjukkan masyarakat pengerajin yang artinya masyarakat sasaran dapat menerima manfaat yang diberikan dari kegiatan pengabdian yang telah dilaksanakan. Disamping itu, keberhasilan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini didukung oleh beberapa faktor seperti antusiasnya

masyarakat pengerajin dalam menjalankan kegiatan program kerja yang sudah disusun dan membantu dalam menjalankan program kerja tersebut.

Agar program yang telah diberikan oleh tim pengabdian kepada masyarakat mitra tetap bisa berjalan secara berkesinambungan, saran yang dapat diberikan antara lain : selalu menggunakan media sosial dalam mempromosikan produk dengan memosting foto-foto produk, dan selalu memproduksi makanan tradisional yang akan dijadikan oleh-oleh dengan menggunakan standar internasional.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Anggraeni, P. D., & Sabrina, T. A. (2021). Analisis Customer Engagement Terhadap Kafe Di Kota Tegal. *Journal of Tourism and Economic*, 4(1), 18–27. <https://doi.org/10.36594/jtec.v4i1.106>
- Baker, M. J., & Hart, S. (2016). *The marketing book: Seventh edition*. In *The Marketing Book: Seventh Edition*.
- Haliyani, F. P. (2019). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Purchase Intention Pada Starbuck Indonesia (Studi Pada Pengakses Akun Instagram @starbucksindonesia). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, Vol.7(5), 50–66.
- Hikmareta, A., Dinda, A., & Zuliestiana, S. E. (2020). Pengaruh Social Media Marketing Pada Instagram Terhadap Purchase Intention Melalui Brand Awareness Sebagai Variabel Mediasi (Studi kasus pada followers aktif akun Instagram Alpucard Online Printing). *E-Proceeding of Management*, Vol. 7(No. 2), 2485–2491.
- Karwati, L. (2017). Pemberdayaan Perempuan Melalui Pelatihan Kewirausahaan Berbasis Potensi Alam Setempat. *JIV-Jurnal Ilmiah Visi*, 12(1), 45–52. <https://doi.org/10.21009/jiv.1201.5>
- Powers, T., Advincula, D., Austin M, Graiko S., & Snyder, J. 2012. Digital and Social Media in The Purchase Decision Process. *Journal of Advertising Research*.
- Rahmadi, S. A. (2021). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pemanfaatan Potensi Desa Untuk Menjadi Desa Wisata. *Jurnal Pendidikan Dan Pemberdayaan Masyarakat (JPPM)*, 8(1), 84–90. <https://ejournal.unsri.ac.id/index.php/jppm/index>.