



Strategi *Digital Marketing* dan Pengembangan Produk dalam Meningkatkan Daya Tarik Wisata Herbal di Desa Growong

Ratna Wijayatri[✉], Lufandati Lestari, Intan Ayu Benita, Muhammad Jidan Narizki, Putra Winly Octavianto

Universitas Muhammadiyah Magelang, Indonesia

[✉] ratna.wijayatri@ummgl.ac.id

^{doi} <https://doi.org/10.31603/ce.4314>

Abstrak

Desa Growong merupakan desa di Kecamatan Tempuran, Magelang yang termotivasi menjadi desa *agroforestry*. Tanaman hasil tanam daerah ini sangat baik dan subur. Desa Gowong mempunyai BUMDes sebagai sarana masyarakat dalam memasarkan produk olahan herbal dan hasil tanam herbal. Permasalahan yang dihadapi oleh Desa Growong adalah Desa mempunyai potensi tetapi terhambat dalam penyaluran potensi desa sebagai desa wisata herbal atau pengembangan hasil tanam menjadi produk inovasi yang disukai oleh masyarakat luas dari berbagai umur. Metode yang digunakan adalah penyuluhan, sosialisasi dan pendampingan para anggota KWT dan pengurus BUMDes di Desa Growong, dengan berfokus ke dalam pengoptimalisasian potensi Desa Growong sebagai Desa wisata herbal dengan mengimplementasikan *digital marketing* dan melakukan inovasi produk yang *acceptable* oleh khalayak umum sehingga bisa terus melakukan inovasi sesuai target *market*, dengan harapan *sustainability* penanaman herbal bisa terjaga, serta dapat terus menghasilkan produk herbal yang bermanfaat. Hasil penyuluhan dan pelatihan terkait *digital marketing* dan pengembangan produk mulai diterapkan di Desa Growong, KWT dan pengelola BUMDES antusias dalam mengikuti program dapat dilihat dari keaktifan peserta dalam bertanya dan menyimak materi pelatihan. Program Strategi *digital marketing* dan inovasi produk mulai dilakukan dan dikembangkan, hal ini akan memberikan dampak peningkatan kesejahteraan ekonomi.

Kata Kunci: BUMDes; KWT; Strategi digital; Inovasi produk

1. Pendahuluan

Desa Growong merupakan desa yang terletak di Kabupaten Magelang, Kecamatan tempuran. Merupakan salah satu desa di Jawa Tengah yang terletak di ketinggian 925 mdpl, dengan batas wilayah sebelah utara Desa Temanggal, sebelah timur Jogomulyo, sebelah selatan Kilisari dan sebelah Barat Purwosari. Desa Growong memiliki empat dusun yaitu Dusun Seneng, Dusun Growong, Dusun Moning dan Dusun Gondang. Luas wilayahnya 207,3653 hektar dan lebih dari 50% merupakan area tegalan dan yang lainnya termasuk hutan rakyat ([Gambar 1](#)). Area hutan rakyat ditumbuhi berbagai tanaman seperti tanaman mahoni, pinus, jati, kopi, cengkeh, durian dan rambutan. Hutan rakyat yang ditumbuhi oleh tanaman kayu akan menciptakan iklim yang mikro spesifik yang menyebabkan tanaman herbal dapat tumbuh dengan optimal.



Gambar 1. Potensi Growong dengan kearifan lokal dan tanaman herbal

Desa Growong mempunyai kondisi yang berbukit-bukit dengan iklim suhu rata-rata di atas 25°C dan dengan kelembapan udara 0% juga dengan curah hujan 18-25 mm. Merupakan salah satu desa yang mengimplementasikan *agroforestry*. *Agroforestry* merupakan sistem penggunaan lahan teknologi, dimana tanaman berkayu ditanam bersamaan dengan tanaman pertanian atau herbal (Nair, 1993). Badan Penyuluhan Pertanian dan Kehutanan Kecamatan Tempuran Kabupaten Magelang telah memotivasi masyarakat Desa Growong untuk membudidayakan tanaman obat. Penanaman obat di desa ini juga telah dilakukan dengan memanfaatkan lahan pekarangan sebagai tanaman obat keluarga, sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 2. Pemanfaatan pekarangan rumah menjadi lahan tanam herbal membuat lahan rumah menjadi lebih bermanfaat dan secara tidak langsung melakukan penghematan dalam bidang ekonomi, serta menghindari efek jangka panjang konsumsi obat. Hal ini mendukung program pemerintah Kabupaten Magelang dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) untuk mewujudkan desa sehat sejahtera dan mandiri.



Gambar 2. Pemanfaatan lahan pekarangan dengan budidaya tanaman herbal

Dua tahun sebelumnya desa ini telah mendapatkan program pemberdayaan Kelompok Wanita Tani, untuk mengimplementasikan program penanaman herbal dan pengelolaan herbal menjadi olahan atau produk instan. Terdapat pula Asosiasi Tanaman Biofarmaka As-Syfa Farma di Kecamatan yang memfasilitasi anggotanya dalam pengelolaan herbal pasca panen hingga menjadi lahan simplisia dan produk instan. Kelompok Wanita Tani ini pun sudah memiliki fasilitas berupa Rumah Produksi Jamu, sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 3.



Gambar 3. Rumah produksi jamu desa Growong

Desa Growong mempunyai BUMDes yang digunakan sebagai obyek wisata herbal serta sebagai sarana dalam memasarkan produk olahan dari KWT. Pemanfaatan Rumah Produksi menurun oleh karena minimnya pengunjung yang datang ke desa dan terbatasnya pangsa pasar oleh karena pemasaran yang dilakukan oleh BUMDes masih menggunakan sistem manual, hal ini disebabkan oleh karena terkendalanya pengetahuan masyarakat dalam memaksimalkan penggunaan internet dengan menjual potensi yang dimiliki. Permasalahan ini dikarenakan oleh rendahnya pengetahuan tentang bagaimana cara berwirausaha yang didukung oleh kemampuan usaha, modal *link* dan inovasi.

Penanaman herbal ini masih rutin dilakukan sampai saat ini namun mengalami penurunan dan penataannya masih kurang maksimal, oleh karena masih kurangnya pengetahuan masyarakat terkait pengelolaan desa menjadi desa wisata yang menarik. Berdasarkan analisis situasi dan kesepakatan dengan mitra ada 2 masalah pokok yang perlu diselesaikan dalam kegiatan pengabdian masyarakat yaitu kendala yang dialami oleh desa berupa pemasaran produk dari potensi desa yang terhambat oleh karena minimnya pengetahuan dalam hal *marketing* terutama dalam *digital marketing*. Pengolahan herbal yang masih menjadi produk yang inovatif dan disukai oleh berbagai kalangan.

Potensi produksi olahan dan tanaman herbal yang masih belum terkelola dengan baik, menyebabkan kurang berfungsinya Kelompok Wanita Tani dan terbengkalainya sarana produksi olahan jamu serta potensi yang dimiliki oleh masyarakat. Dengan adanya strategi *digital marketing* dan pengelolaan produk menjadi produk inovatif akan dapat meningkatkan daya jual dan pangsa pasar serta menjaga *sustainability* agribisnis budidaya herbal di Desa Growong.

2. Metode

Metode yang digunakan dalam pengabdian ini adalah penyuluhan, sosialisasi, dan pendampingan yang dikemas dengan menyenangkan dan memuat pesan-pesan pengetahuan mengenai pentingnya strategi *digital marketing* dan pengembangan produk, serta bagaimana penerapannya. Kegiatan ini ditujukan untuk memberikan pengetahuan kepada kelompok wanita tani Desa Growong dan Pengurus BUMDes Sarwomiguno. Tahapan pelaksanaan kegiatan adalah sebagai berikut.

- a. Identifikasi masalah
Tim pelaksana melakukan diskusi dengan kepala Desa Growong dan ketua BUMDes. Forum ini menampung informasi yang disampaikan.
- b. Kegiatan pendahuluan
Kegiatan diawali dengan melakukan koordinasi, permohonan ijin dan persiapan. Penjelasan dari Tim pengabdian terkait program kepada Mitra.
- c. Kegiatan penyuluhan
Kegiatan penyuluhan dilakukan di BUMDes Sarwomiguno pada tanggal 23 November 2020. Pada tahap ini tim melakukan penyuluhan terkait pentingnya strategi *digital marketing* dan pengembangan produk herbal. Dan dilanjutkan penyuluhan terkait bagaimana cara pembuatan platform *market place* di media sosial.
- d. Pendampingan inovasi produk
Tim melakukan sosialisasi dan pendampingan terkait inovasi produk, dan para audiens mempraktikkannya.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Kegiatan koordinasi

Pelaksanaan program kemitraan ini dimulai dengan melakukan koordinasi terlebih dahulu dengan pihak Kepala Desa Growong dan ketua BUMDes serta anggota kelompok wanita tani, sebagaimana ditunjukkan pada [Gambar 4](#). Pihak BUMDes dan para anggota kelompok wanita tani merasa terbantu dan antusias dengan dilaksanakannya pengabdian masyarakat yang bertujuan memberikan pengetahuan terkait strategi *digital marketing* dan pengembangan produk. Mereka berharap dengan diberikannya edukasi maka akan memberikan pemahaman yang menyeluruh dan sinergis sehingga dapat meningkatkan penjualan yang signifikan melalui promosi.



Gambar 4. Koordinasi tim pelaksana dengan pihak BUMDes dan KWT

3.2. Penyuluhan terkait digital marketing

Pemberian pengetahuan terkait strategi *digital marketing* dan pengembangan produk dilakukan dengan metode sosialisasi dan pendampingan. Metode ini dipilih dalam penyampaian oleh karena penerima informasi sama-sama aktif dan komunikasi terjalin dua arah, sehingga akan memudahkan mitra dalam menerima pesan dan dapat meningkatkan pemahaman dari mitra. Materi yang disampaikan adalah materi terkait pentingnya strategi *digital marketing*. Materi pada penyuluhan ini menekankan terkait

pentingnya pengetahuan tentang pemasaran produk dan kreativitas yang dimiliki masyarakat sehingga dapat memaksimalkan strategi pemasaran, harapannya dapat bersinergi dengan penyuluhan yang akan disampaikan kepada anggota kelompok wanita tani sebagai para pelaku UMKM dan para pengurus BUMDes sebagai pelaku penyedia sarana pemasaran. Materi Strategi *Digital marketing* dan Pengembangan Produk penting untuk diberikan melihat hasil telaah permasalahan mitra salah satunya adalah kurangnya pengetahuan tentang pemasaran, sehingga strategi *digital marketing* dapat menjadi solusi. Pelatihan ini menghasilkan realisasi strategi digital dalam bentuk akun sosial media sebagai salah satu sarana dalam memasarkan potensi desa sebagai desa wisata herbal, memuat foto-foto potensi desa dan inovasi produk yang dihasilkan dari hasil realisasi program. Masyarakat sangat antusias dan semangat dalam melakukan praktik pembuatan akun media sosial dan menjalankan akun tersebut menjadi salah satu jalan memasarkan potensi yang dimiliki.

3.3. Pelatihan inovasi produk

Pelatihan ini dilakukan untuk memberikan solusi dalam meningkatkan penjualan potensi desa serta menjaga keberlanjutan penjualan produk mengimbangi pemasaran yang dilakukan secara digital. Diharapkan dengan semakin banyaknya yang melihat potensi Desa Growong dan semakin banyak permintaan, masyarakat tidak akan kekurangan ide dalam melakukan inovasi produk mengikuti perkembangan permintaan pasar. Pelatihan inovasi produk yang dilakukan yaitu dengan mengembangkan produksi yang telah dilakukan oleh KWT menjadi produk yang diterima oleh semua kalangan. Hal ini juga menjadi salah satu solusi untuk menghidupkan kembali semangat KWT dalam memproduksi potensi tanaman herbal yang dimiliki menjadi produk yang bermanfaat dan diterima oleh masyarakat secara luas, sebagaimana ditunjukkan pada [Gambar 5](#).



Gambar 5. Inovasi produk hasil olahan tanaman herbal panen desa Growong

3.4. Pembuatan film dokumenter

Pembuatan film dokumenter dijadikan media dalam promosi untuk menarik para wisatawan agar mengunjungi Desa Growong sebagai Desa wisata herbal. Pembuatan film dokumenter ini melibatkan seluruh anggota kelompok wanita tani, para pengurus BUMDes, Kepala Desa Growong dan didukung oleh Balai Pelatihan Pertanian Tempuran.

Film Dokumenter tersebut menceritakan dimulai dari asal mula desa wisata Growong terbentuk, pembibitan tanaman toga, pembuatan produk hingga cara pemasaran yang saat itu dilakukan oleh para kelompok wanita tani di desa Growong. Kemudian dari pembuatan film dokumenter tersebut Tim pelaksana melakukan penyuluhan dan

pendampingan untuk mengunggah film tersebut di media online seperti YouTube sebagai salah satu contoh promosi menggunakan *digital marketing*.

4. Kesimpulan

Dari rangkaian kegiatan yang dilaksanakan dapat disimpulkan bahwa hasil penyuluhan terkait strategi *digital marketing* dan pengembangan produk memberikan manfaat kepada para anggota kelompok wanita tani dan BUMDES terkait pemasaran produk menjadi meningkat. Antusiasme dari para anggota kelompok wanita tani dan pengurus BUMDES juga sangat bagus dapat dilihat dari keaktifan peserta dalam bertanya dan menyimak materi. Pelaksanaan pembuatan film dokumenter yang melibatkan semua anggota untuk menunjang sarana pemasaran digital juga disambut dengan antusias. Selanjutnya, program strategi *digital marketing* dan pengembangan produk dengan sasaran anggota kelompok wanita tani dan anggota pengurus BUMDes perlu dikembangkan dan dilakukan di desa lain yang sudah memiliki potensi akan memberikan dampak peningkatan kesejahteraan ekonomi para pelaku UMKM.

Acknowledgement

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Lembaga Penelitian Pengembangan dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Muhammadiyah Magelang dan Desa Growong, Tempuran, Magelang serta anggota kelompok wanita tani Desa Growong dan anggota pengurus BUMDes Sarwomiguno yang sangat antusias mengikuti kegiatan ini.

Daftar Pustaka

Nair, P. K. R. (1993). *An Introduction to Agroforestry*. Belanda: Kluwer Academic Publisher.



This work is licensed under a Creative Commons Attribution Non-Commercial 4.0 International License
