

**SUSTAINABLE DEVELOPMENT BASED TOURISM DEVELOPMENT IN
WONOLOPO, SEMARANG**

**PENGEMBANGAN WISATA BERBASIS PEMBANGUNAN
BERKELANJUTAN DI WONOLOPO, SEMARANG**

**Falih Suaedi*¹, Jusuf Irianto¹, Eko Supeno¹, Bintoro Wardiyanto¹, Sunaryo¹,
Antun Mardiyanta¹, Gitadi Tegas Supramudyo¹, Rochyati Wahyuni Triana¹, Erna
Setijaningrum¹, Sulikah Asmorowati¹, Philipus Keban¹, Nanang Haryono¹, Putu
Aditya Ferdian Ariawantara¹, Agie Nugroho Soegiono¹**

¹ Departemen Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas
Airlangga

*e-mail: nanang.haryono@fisip.unair.ac.id¹

Abstract

The progress of tourism is heavily influenced by the professionalism and existence of its institutions (tourism institutions). In this community service, the Airlangga University Public Administration team partnered with the Diponegoro University Public Administration team to assist MSME partners in Wonolopo Semarang. The problem with partners is the need to strengthen tourism institutions and expand the marketing of MSME products including herbal medicine villages, flora villages selling ornamental plants, and so on. Wonolopo has 10 tourism awareness groups from 8 thematic villages. The solution to the partner problem is the transfer of knowledge of tourism institutional development. There are three choices of institutional forms, namely tourism awareness groups, cooperatives and BUMDesa. The solution to the second problem is information and communication technology-based marketing with Linktree which is shared on social media and using digital marketing platforms. The results achieved after the community service was carried out were that 98.3% of MSME actors and tourism managers in Wonolopo Semarang had increased their abilities in developing tourism institutions and digital marketing innovation, as much as 1.6% needed to be improved. For this reason, more intensive assistance is needed for partners in Wonolopo, Semarang.

Keywords: Digitalization; Product Detail Pages; Financial Management.

Abstrak

Kemajuan pariwisata banyak dipengaruhi oleh profesionalisme dan eksistensi lembaganya (tourism institutions). Pada pengabdian masyarakat ini tim Administrasi Publik Universitas Airlangga bermitra dengan tim Administrasi Publik Universitas Diponegoro mendampingi mitra UMKM Wonolopo Semarang. Persoalan mitra yaitu kebutuhan untuk penguatan kelembagaan wisata dan perluasan pemasaran produk UMKM diantaranya kampung jamu, kampung flora penjualan tanaman hias, dan sebagainya. Wonolopo memiliki 10 kelompok sadar wisata dari 8 kampung tematik. Solusi masalah mitra adalah transfer ilmu pengetahuan pengembangan kelembagaan wisata. Terdapat tiga pilihan bentuk kelembagaan yaitu kelompok sadar wisata, koperasi dan BUMDesa. Solusi persoalan kedua adalah dengan pemasaran berbasis teknologi informasi dan komunikasi dengan linktree yang dishare pada media sosial dan menggunakan platform pemasaran digital. Hasil yang dicapai setelah dilaksanakan pengabdian masyarakat adalah Mitra pelaku UMKM dan pengelola wisata Wonolopo Semarang sebanyak 98,3% telah meningkat kemampuannya dalam

Received 4 January 2023; Received in revised form 2 June 2023; Accepted 3 June 2023; Available online 10 June 2023.

 [10.20473/jlm.v7i2.2023.296-310](https://doi.org/10.20473/jlm.v7i2.2023.296-310)



Open access under CC BY-SA license

[Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)

pengembangan kelembagaan wisata dan inovasi pemasaran digital, sebanyak 1,6% perlu ditingkatkan. Untuk itu perlu pendampingan yang lebih intensif pada mitra di Wonolopo Semarang.

Kata kunci: Digitalisasi; Product Detail Pages; Pengelolaan Keuangan.

PENDAHULUAN

Sebagaimana amanat Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional Pasal 20, sebagai perguruan tinggi di Indonesia, Universitas Airlangga berkewajiban menyelenggarakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat (pengmas). Kegiatan pengmas ini mengacu pada Pasal 1 Peraturan Menteri Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia Nomor 44 tahun 2015 tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi. Dalam peraturan menteri tersebut dinyatakan standar pengmas berupa kriteria minimal tentang sistem pengmas yang berlaku di seluruh wilayah hukum Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Pengabdian Masyarakat merupakan salah satu pilar Tri Dharma Perguruan Tinggi, disamping pendidikan dan pengajaran serta penelitian. Kegiatan pengabdian masyarakat diharapkan mampu menjadi wadah Universitas Airlangga dalam memberikan peran pentingnya di tengah masyarakat dan Universitas Airlangga juga mampu memberikan kontribusai nyata kepada masyarakat. Sejalan dengan perannya sebagai fasilitator, penguat, dan pemberdaya, berkenaan dengan hal tersebut, perencanaan pengabdian masyarakat yang hendak diselenggarakan oleh Departemen Administrasi Publik, FISIP, Universitas Airlangga pada tahun 2022 ini mengambil tema yang beririsan dengan *Sustainable Development Goals* (MDGs). Pelaksanaan pengmas 2022 ini mengambil judul “Pengembangan Wisata Berbasis Pembangunan Berkelanjutan di Wonolopo Semarang”.

Sebagaimana diketahui, tujuan *Sustainable Development Goals* (SDGs) adalah pembangunan yang menjaga peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat secara berkesinambungan, pembangunan yang menjaga keberlanjutan kehidupan sosial masyarakat, pembangunan yang menjaga kualitas lingkungan hidup serta pembangunan yang menjamin keadilan dan terlaksananya tata kelola yang mampu menjaga peningkatan kualitas hidup dari satu generasi ke generasi berikutnya. SDGs merupakan komitmen global dan nasional dalam upaya untuk menyejahterakan masyarakat mencakup 17 tujuan yaitu (1) Tanpa Kemiskinan; (2) Tanpa Kelaparan; (3) Kehidupan Sehat dan Sejahtera; (4) Pendidikan Berkualitas; (5) Kesenjangan Gender; (6) Air Bersih dan Sanitasi Layak; (7) Energi Bersih dan Terjangkau; (8) Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi; (9) Industri, Inovasi dan Infrastruktur; (10) Berkurangnya Kesenjangan; (11) Kota dan Permukiman yang Berkelanjutan; (12) Konsumsi dan Produksi yang Bertanggung Jawab; (13) Penanganan Perubahan Iklim; (14) Ekosistem Lautan; (15) Ekosistem Daratan; (16) Perdamaian, Keadilan dan Kelembagaan yang Tangguh; (17) Kemitraan untuk Mencapai Tujuan. Upaya pencapaian target SDGs tidak sekadar menjadi prioritas pembangunan nasional, tetapi juga memerlukan sinergi kebijakan perencanaan hingga di tingkat terbawah. Pelaksanaan pengmas ini sejalan dengan pengentasan kemiskinan (SDG 1) dan memastikan mata pencaharian dan pertumbuhan ekonomi (SDG 8).

Wisata Wonolopo terletak di barat daya pusat Kota Semarang, berjarak kurang lebih 18 km dari pusat kota. Untuk menjangkau daerah ini, pengunjung dan wisatawan bisa menempuh dengan transportasi *Bus Rapid Transit* (BRT) koridor IV. Namun apabila

dengan angkutan online akan lebih cepat dengan durasi jarak waktu tempuh dari bandara Ahmad Yani +/- 35 menit, dari stasiun Tawang 45 menit, dari terminal Terboyo 30 menit via tol, dari pintu keluar tol Krapyak 20 menit. Ketinggian wilayah geografis 400 mdpl, suhu lebih sejuk dibandingkan dengan wilayah lain di Kota Semarang. Wisata Wonolopo merupakan salah satu lokasi wisata di Kota Semarang sebagai wujud aktualisasi dari keinginan masyarakat untuk ikut serta di dalam pembangunan khususnya di sektor pariwisata. Wilayah ini memiliki potensi unggulan mulai dari potensi alam, potensi seni jatilan, tektek, dan potensi agro serta potensi lainnya. Wonolopo adalah wilayah yang unik; wilayah mijen yang seringkali dikonotasikan sebagai masyarakat yang hidup di daerah pegunungan, namun kini beralih menjadi masyarakat perkotaan (*urban society*). Hal ini ditandai dengan terjadinya pergeseran serta perubahan gaya hidup (*life style*) masyarakat Wonolopo.

Dari aspek komposisi demografis, Wilayah Wonolopo lebih banyak dihuni oleh kelompok masyarakat pendatang. Wilayah Wonolopo pantas disebut sebagai tempat wisata mengingat pada wilayah ini memiliki lahan yang sangat subur dengan panorama alam yang indah, memiliki embung, memiliki minapadi, aktivitas gowes jadul (berkeliling menggunakan sepeda), warung ampunan untuk para pelaku UMKM, dan sebagainya. Di tempat ini juga terdapat perkebunan karet, kayu jati, perkebunan durian dan salak organik yang dikelola tidak dengan pestisida atau obat-obatan melainkan pemupukan alam. Pada Wonolopo ini juga terdapat pendopo kinanti, pawoning jati, dan sejumlah penginapan yang sekaligus dapat digunakan untuk kegiatan *out bond*. Untuk belajar pembuatan jamu, Hal ini juga memiliki Kampung Jamu, serta terdapat eduwisata tentang tanaman jamu nya, Semua destinasi yang ada di wilayah ini berawal dari kampung tematik. Warga memang ada embrio untuk berkegiatan kemudian difasilitasi oleh Pemkot Semarang dalam hal kampung tematiknya sehingga Wilayah ini mengalami perkembangan yang cukup signifikan. Pemkot Semarang memberikan dukungan sepenuhnya bagi pengembangan Wilayah Wisata Wonolopo dengan harapan adanya multiplier effect berupa meningkatnya pertumbuhan ekonomi. Wonolopo memiliki 10 kelompok sadar wisata (pokdarwis) dari 8 kampung tematik. Semua elemen masyarakat mulai dari LPMK, Karang Taruna, dan pengelola air, misalnya, masuk dan terlibat aktif dalam pengelolaan pokdarwis. Salah satu inovasi yang diterapkan yakni setiap pengunjung wisata membayar non tunai (*cashless*), dan mendapatkan tanggungan atau asuransi jiwa, dilengkapi dengan pemandu wisata yang siap 24 jam. Apabila ada kebutuhan untuk tenaga yang fluent dalam bahasa internasional, Wonolopo telah menjalin kerja sama dengan Himpunan Pramuwisata Indonesia (HPI) Kota Semarang dan HPI Jawa Tengah sehingga pelayanan menjadi lebih baik.

Wonolopo dinobatkan sebagai salah satu tempat wisata di Semarang mengingat wilayah ini mempunyai aneka potensi wisata, dari potensi wisata budaya yang intangible dan tangible. Wonolopo mempunyai atraksi yang mengikuti kebutuhan wisatawan, *hospitality* masyarakat khas yang ramah dan terbuka, mempunyai balai pertemuan, pendopo, *homestay*, *guest house*, aula, tempat terbuka hijau, dengan progres capaian 15 kampung tematik yang mengangkat kearifan lokal, berbentuk kuliner, upacara adat, kesenian yang turun-temurun dan terus lestari. Terdapat satu situs Lingga di RW 03 Wonolopo. Wilayah ini mempunyai tradisi yang masih terjaga hingga kini yakni tradisi Nyadran Sentono Kanjeng Mas Bupati yang sudah dilakukan sejak ratusan tahun silam, Dari cerita tokoh tertua di wilayah tersebut, tradisi Nyadran dilakukan sejak sang tokoh masih kecil, Nyadran Sentono dilakukan pada bulan Muharam, berbeda dengan Nyadran di daerah

lain. Perhelatan Merti Dusun dilakukan dengan acara selamat sebagai tanda terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan berkah kemakmuran, Wonolopo juga memiliki sejumlah atraksi wisata yang digelar di Embung Wonolopo. Atraksi wisata ini berupa pertunjukan kesenian kuda lumping setiap satu bulan sekali. Sedangkan kegiatan kesenian lainnya ditampilkan di acara pasar tiban juga akustik *caffé* tiap malam minggu ke-1 dan ke-3. Kampung Pro Iklim. Selain dikenal luas karena wisata budayanya, Wonolopo juga menaruh atensi pada isu perubahan iklim. Hal ini dapat diamati dengan terbentuknya kampung pro iklim, dimana pemerintah dan masyarakat memandang bahwa tolak ukur keseimbangan lingkungan ditandai tetap lestarnya sumber mata air. Masyarakat Wonolopo mempunyai pekerjaan yang beragam, akan tetapi banyak yang bekerja menjadi petani atau sektor pertanian. Wonolopo merupakan wilayah mandiri pangan, dengan hamparan sawah yang masih luas dan tidak beralih fungsi, produktif, dan lestari, serta mendukung keberadaan usaha peternakan masyarakat.

Kampung tematik dan eduwisata Wonolopo, dari berbagai kegiatan masyarakat ini, atraksi produk wisata menjadi andalan paket wisata edukasi dan konservasi. Pengunjung diajak melakukan kegiatan pekerjaan penduduk, termasuk live in di pondok pesantren. Peserta wisata diijinkan untuk menginap dan mengikuti kegiatan para santri di ponpes Qosim al Hadi. Wonolopo mempunyai jumlah UMKM yang banyak sehingga oleh-oleh dari wisata Wonolopo dapat dibeli langsung dari rumah penduduk sekaligus melihat langsung proses pembuatan. Wonolopo mempunyai kampung Tematik yang mendukung paket wisata. Sejumlah kampung tematik yang dimaksud adalah:

- a. Kampung Jamu. Di kampung jamu, peserta wisata dapat live in dengan atraksi pembuatan jamu gendong. Waktu atraksi dari pukul 02.00 sampai pukul 06.00 tiap harinya.
- b. Kampung flora. Di kampung ini, para wisatawan bisa membeli oleh-oleh tanaman hias.
- c. Kampung embung Wonolopo. Di Embung Wonolopo terdapat pasar tumpah rabo sore, *caffé* akustik dengan live music setiap malam minggu ke-1 dan ke-3, permainan anak-anak tiap minggu pagi, kesenian jatilan tiap 1 bulan sekali. Yang khas di embung Wonolopo adalah olahan minuman lidah buaya.
- d. Kampung *go green* gowes jadul. Di kampung ini terdapat trek jalur bersepeda, sewa sepeda, juga terdapat fasilitas guide gowes.
- e. Kampung Ranting Pelangi. Kampung ini adalah kampung yang mempunyai keunikan hiasan dan spot selfi dari bahan bekas ranting kering warna warni. Souvenir di KRP berupa mug dan medali.
- f. Kampung sepak bola. Di kampung sepak bola terdapat lapangan sepak bola yang disewakan kepada wisatawan grup, dengan disediakan lawan tanding
- g. Pada kampung sepakbola terdapat warung UMKM yang menjual aneka kuliner khas, gendar pecel, gorengan, aneka es, dan lain-lain.
- h. Kampung minapadi organic. Di kampung ini dijual atraksi pertanian, perikanan dan peternakan bebek organic, pemancingan, gazebo dengan
- i. kapasitas untuk 50 orang, atraksi pembuatan batik alam, menanam padi, memberi makan ikan juga belajar pertanian secara keseluruhan. Dengan fasilitas toilet duduk, jongkok, wifi, masjid, dan kuliner.
- j. Kampung omah ampiran. Di kampung ini wisatawan dimanjakan dengan aneka jajanan produk UMKM setempat.

Seiring dengan semaraknya pembentukan kampung tematik pada tahun 2016, maka

sejumlah kampung di Wonolopo mengambil tema sebagai kampung jamu Wonolopo. Pada Wonolopo terdapat kelompok sadar wisata (pokdarwis) dengan jumlah 42 anggota, dan hingga 2022 terdapat 25 orang yang masih aktif. Namun demikian keberadaan pokdarwis kurang aktif. Pada pelaksanaan pengabdian masyarakat yang berkolaborasi antara tim Administrasi Publik Universitas Airlangga bermitra dengan tim Administrasi Publik Universitas Diponegoro bertemu lebih dulu dengan mitra UMKM Wonolopo Semarang dari hasil pertemuan diperoleh identifikasi persoalan mitra adalah (a) Kebutuhan untuk penguatan kelembagaan wisata dan persoalan perluasan pemasaran produk UMKM diantaranya kampung jamu, kampung flora penjualan tanaman hias yang ada di Wonolopo Semarang. Pemasaran digital didefinisikan sebagai "mencapai tujuan pemasaran melalui penerapan teknologi digital" (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019). Pemasaran digital menggambarkan penggunaan teknologi dalam upaya pemasaran dan praktik bisnis dengan memasarkan barang, jasa, informasi, dan ide melalui internet, ponsel, iklan bergambar, dan media elektronik lainnya (Pradhan et al., 2018).

METODE PENGABDIAN MASYARAKAT

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah pelatihan kepada para mitra di Wonolopo, khususnya para pelaku UMKM pada dua bidang utama yakni manajemen pengembangan kelembagaan wisata dan pemasaran. Pelatihan ini menekankan pada pengenalan cara-cara baru yang dapat dimanfaatkan untuk mengoptimalkan hasil pada bidang tersebut, mengingat paska pandemi, para pelaku UMKM tidak bisa lagi sekadar mengandalkan pada cara-cara lama. Bagian integral dari cara-cara baru tersebut yakni optimalisasi pengembangan kelembagaan wisata dan pemasaran melalui digitalisasi khususnya pada bidang pemasaran.

Selain transfer pengetahuan kepada masyarakat khususnya para pelaku UMKM di Wonolopo, kegiatan pengabdian kepada masyarakat kali ini menekankan proses "belajar bersama masyarakat" melalui kunjungan lapangan ke tempat wisata tematik di Wonolopo. Dengan kunjungan ini, para dosen dan mahasiswa Departemen Administrasi Publik, FISIP, Universitas Airlangga dan tim Administrasi Publik Universitas Diponegoro dapat belajar dari masyarakat sekaligus mendapat umpan balik tentang kompleksitas dan tantangan dalam tata kelola wisata di Wonolopo.

Proses tahapan pelaksanaan pengabdian masyarakat yaitu:

1. Ceramah. Metode ceramah dipilih untuk menyampaikan konsep-konsep yang penting terkait manajemen kelembagaan pengembangan wisata untuk dimengerti dan dikuasai oleh peserta pelatihan. Metode ceramah yang dikombinasikan dengan slide, animasi dan dislay dapat memberikan materi yang padat, cepat dan mudah diimplementasikan.
2. Latihan. Metode latihan digunakan untuk transfer penggunaan TIK dengan cara memberikan tugas kepada peserta pendampingan untuk mempraktikkan pemasaran secara online di era new normal.
3. Pendampingan dilakukan untuk secara terus menerus mendampingi pelaku UMKM sehingga mampu menjawab persoalan mereka.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada pelaksanaan pengabdian masyarakat bertempat di pujasera NL610 Omah Ampiran Wonolopo Semarang. Peserta yang hadir berasal dari warga berjumlah 15 pelaku UMKM

yang ada di Wonolopo. Tim pengabdian sebagaimana sudah disinggung di atas berasal dari Administrasi Publik Universitas Airlangga bermitra dengan tim Administrasi Publik Universitas Diponegoro. Pertemuan tatap muka dilaksanakan pada 23 November 2022 dan pendampingan selanjutnya dilakukan tim mahasiswa dari Universitas Diponegoro.

Penguatan Kelembagaan dan Pemberdayaan Pemasaran Digital bagi Pelaku Wisata di Wonolopo Semarang

Kelembagaan wisata merupakan aspek utama dan bisa dikatakan terpenting dalam pengelolaan suatu destinasi wisata. Fungsi kelembagaan ini mengatur pengelolaan sumber daya pariwisata agar tujuan pembangunan pariwisata dapat tercapai secara optimal. Hakikatnya keberadaan pariwisata yang ada pada suatu wilayah, aspek masyarakat dimana tempat wisata tersebut ada sebagai subyek dan obyek bisa mendapat manfaat dengan keberadaan wisata untuk kehidupan dan sustainability-nya. Kemajuan pariwisata banyak dipengaruhi oleh profesionalisme dari pengelolanya dan eksistensi lembaganya (*tourism institutions*). Semakin maju lembaga pariwisata pada aspek kuantitas dan kualitas maka akan semakin maju destinasi lokasi wisata pariwisata pada suatu wilayah.

Pada pelaksanaan pengabdian masyarakat mitra UMKM Wonolopo Semarang dari kolaborasi Administrasi Publik Universitas Airlangga bermitra dengan tim Administrasi Publik Universitas Diponegoro menjawab persoalan mitra dengan memberi wawasan penguatan kelembagaan pariwisata. Tahapan yang dilakukan adalah melalui ceramah, pelatihan dan pendampingan. Berikut dokumentasi pada proses pelaksanaan pengabdian masyarakat pada mitra mitra UMKM Wonolopo Semarang.



Gambar 1. Sumarman Pengelola Kampung Tematik “Omah Ampirann” Wonolopo Semarang Menyampaikan Paparan Kondisi Eksisting dan Persoalan Dalam Pengelolaan Wisata di Wonolopo.

Kondisi eksisting pada lokasi wisata Omah Ampiran Wonolopo dalam pengelolaan wisata sangat dipengaruhi aspek internal dan eksternal. Aspek internal diantaranya

kelembagaan dalam pengelolaan wisata yang hanya dikelola beberapa orang yang punya minat saja dalam mengembangkan wisata. Aspek eksternal yaitu pandemi COVID-19 yang hampir dua tahun telah menjadi badai pariwisata. Aspek internal yaitu komitmen dari warga yang ada di Wonolopo untuk secara mengembangkan pariwisata yang kurang.

Pada pelaksanaan pengabdian masyarakat diawali dengan sambutan Prof. Dr. H. Jusuf Irianto, Drs., M.Com. Tim Pengabdian Masyarakat Departemen Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Airlangga.



Gambar 2. Sambutan Prof. Dr. H. Jusuf Irianto, Drs., M.Com. Tim Pengabdian Masyarakat Departemen Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Airlangga.

Berikutnya sambutan dari Dr. Tri Yuniningsih, M.Si. Tim Pengabdian Masyarakat Departemen Administrasi Publik Universitas Diponegoro.



Gambar 3. Sambutan Dr. Tri Yuniningsih, M.Si. Tim Pengabdian Masyarakat Departemen Administrasi Publik Universitas Diponegoro.

Materi pengembangan kelembagaan wisata disampaikan Nanang Haryono, S.IP.,M.Si. Pasca COVID-19 terdapat beberapa model adaptasi kebiasaan baru dimana wisatawan cenderung:

- a. *Small Group* - Wisatawan, kini cenderung memilih jalan-jalan sendiri, berdua, atau dalam kelompok kecil.
- b. Wisata Alam - Destinasi wisata alam untuk menghirup udara segar dan meningkatkan imunitas tubuh.
- c. Penerapan CHSE (*Cleanliness, Health, Safety, Environment Sustainability*)-Perhatian lebih pada pedoman kebersihan, kesehatan, keselamatan, dan lingkungan.
- d. *Staycations*- Objek wisata domestik yang menjadi tujuan pertama wisatawan untuk dikunjungi (Biasanya hotel atau villa yang dijadikan tujuan staycation).
- e. *Milenial Tourist* -Wisatawan dengan kelompok usia 18-35 tahun sebagai kelompok wisatawan pertama yang mulai berpergian.

Dalam perkembangannya, pengelolaan wisata dapat dilakukan oleh tiga bentuk lembaga yang berorientasi pada pemberdayaan masyarakat:

- a. Kelompok Sadar Wisata.
- b. Koperasi.
- c. BUMDESa.



Gambar 4. Penyampaian materi pengembangan kelembagaan wisata oleh Nanang Haryono, S.IP.,M.Si, Tim Pengabdian Masyarakat Departemen Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Airlangga.

Terkait perberdayaan masyarakat di Wonolopo Semarang tentang pemasaran digital disampaikan materi penggunaan TIK untuk pemasaran produk oleh Dr. Falih Suaedi, Drs., M.Si. Pemasaran digital pada era kemajuan teknologi informasi menjadi satu bagian yang perlu dikuasai pelaku UMKM. Pemasaran digital dengan mengguakan platform yang tersedia dapat memberikan informasi dan memudahkan konsumen untuk dapat mengakses produk UMKM di Wonolopo Semarang. Tim pengabdian masyarakat Administrasi Publik Universitas Diponegoro sudah lebih dulu mendampingi UMKM di Wonolopo Semarang. Tim Pengabdian Masyarakat Departemen Administrasi Publik,

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Airlangga menguatkan kembali terkait materi penggunaan TIK untuk pemasaran produk UMKM.



Gambar 5. Penyampaian materi penggunaan TIK untuk pemasaran produk oleh Dr. Falih Suaedi, Drs., M.Si. Tim Pengabdian Masyarakat Departemen Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Airlangga.

Bentuk pengembangan pemasaran di Wonolopo yang sudah dilakukan yaitu dengan menggunakan software linktree. Berikut tampilan pemasaran wisata di Wonolopo.



Gambar 5. Linktree Kampung wisata “Omah Ampiran” (<https://linktr.ee/kampungedukasiomahampiran>) Wonolopo yang di share melalui media sosial.



Gambar 6. Tampilan Paket Wisata Kampung Wisata “Omah Ampiran” Wonolopo yang dibagikan melalui media sosial.

Langkah inovasi pemasaran digital yang dilakukan pada pengembangan wisata berbasis pembangunan berkelanjutan di Wonolopo Semarang memiliki hubungan positif dengan keberlanjutan UMKM (Rahman et al., 2016, Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019). Studi tersebut mengkaji pengaruh aplikasi digital marketing seperti *online advertising*, *affiliate marketing*, terhadap kinerja bisnis (Nuseira & Aljumahb, 2020). Langkah-langkah optimalisasi baik penjualan langsung atau online adalah faktor utama yang dapat mengoptimalkan loyalitas pelanggan dan juga niat pembelian ulang mereka (Sultan, Asif & Asim, 2019, Bala & Verma, 2018). Penggunaan media sosial yang telah ada oleh para pelaku UMKM telah membawa peluang bagi UMKM dan calon pelanggan agar UMKM dapat memperoleh peningkatan penjualan yang berimplikasi pada peningkatan keuntungan bisnis. Sebagaimana penelitian Chatterjee dan Kar pada 2020 terkait pertumbuhan bisnis UMKM di negara berkembang seperti India (Chatterjee & Kar, 2020). Studi lain oleh Saleh (2020) menunjukkan bahwa situs web dapat memberikan dampak positif dalam meningkatkan bisnis keluarga di UMKM melalui iklan yang efektif melalui situs web. Pengaruh website ini dapat memudahkan pembelian dan pencarian produk bagi pelanggan (Saleh, 2020).

Analisis Keberdayaan pada Mitra Sebelum dan Sesudah Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat

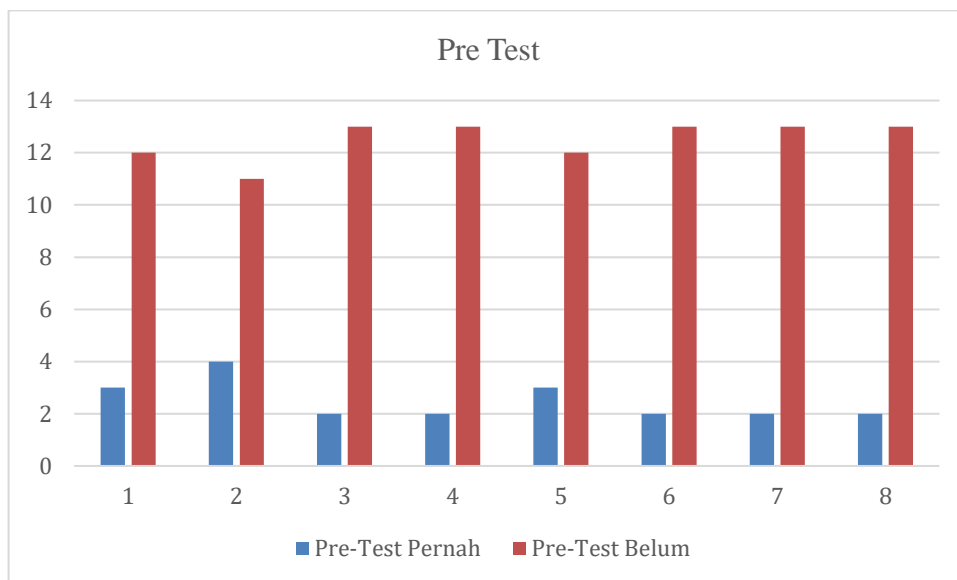
Pemberdayaan yang bertujuan untuk pengembangan wisata berbasis pembangunan berkelanjutan di Wonolopo Semarang. Diajukan delapan pertanyaan sebagai pre test dan post test yaitu sebagai berikut:

- a. Apakah Bapak/Ibu pernah memperoleh informasi model pengembangan kelembagaan untuk UMKM sebagai bentuk adaptasi kebiasaan baru wisatawan pasca pandemi COVID-19.

- b. Apakah Bapak/Ibu pernah mendapat pelatihan pengembangan kelembagaan wisata.
- c. Apakah Bapak/Ibu mengetahui model-model kelembagaan wisata.
- d. Apakah Bapak/Ibu dapat membentuk kelembagaan wisata.
- e. Apakah Bapak/ Ibu pernah mendapat pelatihan inovasi pemasaran digital dengan mengaplikasikan teknologi informasi dan komunikasi untuk UMKM.
- f. Apakah Bapak/Ibu pernah melakukan praktik inovasi pemasaran digital dengan mengaplikasikan teknologi informasi dan komunikasi untuk UMKM.
- g. Apakah Bapak/Ibu pernah menerapkan inovasi pemasaran digital dengan mengaplikasikan teknologi informasi dan komunikasi untuk UMKM.
- h. Apakah Bapak/Ibu dapat mengintegrasikan TIK pada inovasi pemasaran digital dengan mengaplikasikan teknologi linktree untuk UMKM.

Berdasarkan hasil Pre Test dan Post test pada 15 (lima belas) peserta pengabdian masyarakat yaitu UMKM pelaku dan pengelola wisata di Wonolopo Semarang diperoleh data sebagai berikut.

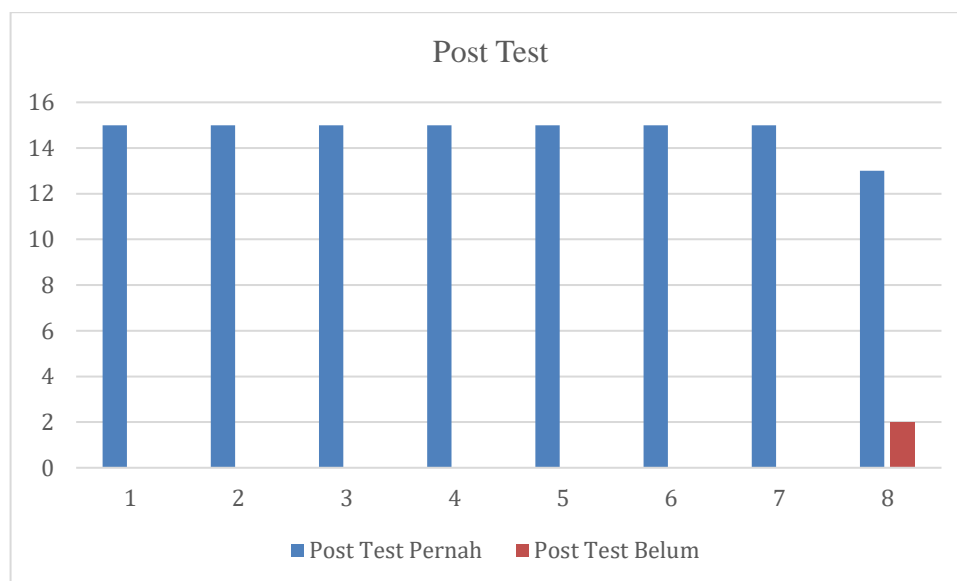
Tabel 1. *Pre Test pengabdian masyarakat Pengembangan Wisata Berbasis Pembangunan Berkelanjutan di Wonolopo Semarang.*



Berdasarkan tabel diatas diketahui 30% atau 3 peserta dari 15 peserta pengabdian masyarakat pernah memperoleh informasi model pengembangan kelembagaan untuk UMKM sebagai bentuk adaptasi kebiasaan baru wisatawan pasca pandemi COVID-19. Selanjutnya 26,6% atau 4 peserta pernah mendapat pelatihan pengembangan kelembagaan wisata. Hanya 13,3% atau 2 peserta yang mengetahui model-model kelembagaan wisata, berarti 86,6% atau 13 peserta belum mengetahui model-model kelembagaan wisata. Sebanyak 13,3% atau 2 peserta pernah membentuk kelembagaan wisata, selebihnya 86,6% atau 13 belum pernah. Terkait dengan pemasaran digital, 20% atau 3 peserta pernah mendapat pelatihan inovasi pemasaran digital dengan mengaplikasikan teknologi informasi dan komunikasi untuk UMKM. Selanjutnya sebanyak 80% belum pernah. Peserta yang pernah melakukan praktik inovasi pemasaran digital dengan mengaplikasikan teknologi informasi dan komunikasi untuk UMKM

adalah 13,3% atau 2 peserta sedangkan 86,6% atau 13 peserta belum pernah. Selanjutnya 13,3% atau 2 peserta pernah menerapkan inovasi pemasaran digital dengan mengaplikasikan teknologi informasi dan komunikasi untuk UMKM sedangkan 86,6% atau 13 belum pernah. Sebanyak 13,3% atau 2 peserta dapat mengintegrasikan TIK pada inovasi pemasaran digital dengan mengaplikasikan teknologi linktree untuk UMKM sedangkan 86,6% atau 13 peserta tidak bisa mengintegrasikan TIK pada inovasi pemasaran digital. Hasil pre test sebelum pelaksanaan pengmas dapat diketahui bahwa 16,7% yang sudah memiliki pengetahuan pengembangan kelembagaan untuk UMKM sebagai bentuk adaptasi kebiasaan baru wisatawan pasca pandemi dan inovasi pemasaran digital dengan mengaplikasikan teknologi informasi dan komunikasi untuk UMKM, sebagian besar peserta 83,3% belum memiliki pengetahuan dan mempraktikkan pengembangan kelembagaan untuk UMKM sebagai bentuk adaptasi kebiasaan baru wisatawan pasca pandemi dan inovasi pemasaran digital dengan mengaplikasikan teknologi informasi dan komunikasi untuk UMKM. Hasil post test pasca pelaksanaan pengabdian masyarakat pengembangan wisata berbasis pembangunan berkelanjutan di Wonolopo Semarang dipaparkan sebagai berikut.

Tabel 2. *Post Test pengabdian masyarakat Pengembangan Wisata Berbasis Pembangunan Berkelanjutan di Wonolopo Semarang.*



Berdasarkan data post test diatas dari delapan aspek yang ditanyakan hampir semua tercapai diantaranya peserta 100% telah memperoleh informasi model pengembangan kelembagaan untuk UMKM sebagai bentuk adaptasi kebiasaan baru wisatawan pasca pandemi COVID-19. Pada pertanyaan kedua 100% peserta mendapat pelatihan pengembangan kelembagaan wisata. Pada pertanyaan ketiga, 100% peserta telah mengetahui model-model kelembagaan wisata. Pada pertanyaan keempat 100% peserta telah mendapat pengetahuan membentuk kelembagaan wisata. Pada pertanyaan kelima 100% peserta pengmas telah mendapat pelatihan inovasi pemasaran digital dengan mengaplikasikan teknologi informasi dan komunikasi untuk UMKM. Pada pertanyaan keenam 100% peserta melalui pengmas ini pernah melakukan praktik inovasi pemasaran

digital dengan mengaplikasikan teknologi informasi dan komunikasi untuk UMKM. Pada pertanyaan ketujuh 100% peserta pengmas pernah menerapkan inovasi pemasaran digital dengan mengaplikasikan teknologi informasi dan komunikasi untuk UMKM. Pada pertanyaan kedelapan 86.7% yaitu 13 peserta dapat mengintegrasikan TIK pada inovasi pemasaran digital dengan mengaplikasikan teknologi linktree untuk UMKM dan 2 peserta atau 13,3% belum mampu mengintegrasikan TIK pada inovasi pemasaran digital dengan mengaplikasikan teknologi linktree untuk UMKM.

Setelah pelaksanaan pengmas, mitra pengmas 98,3% yang sudah memiliki pengetahuan pengembangan kelembagaan untuk UMKM sebagai bentuk adaptasi kebiasaan baru wisatawan pasca pandemi dan inovasi pemasaran digital dengan mengaplikasikan teknologi informasi dan komunikasi untuk UMKM, selanjutnya jumlah peserta 1,6% yang perlu ditingkatkan pengetahuan dan mempraktikkan pengembangan kelembagaan untuk UMKM sebagai bentuk adaptasi kebiasaan baru wisatawan pasca pandemi dan inovasi pemasaran digital dengan mengaplikasikan teknologi informasi dan komunikasi untuk UMKM.

Berdasarkan hasil pre test dan post test pengabdian masyarakat pengembangan wisata berbasis pembangunan berkelanjutan di Wonolopo Semarang dapat dianalisis perubahan pemberdayaan pada mitra sebelum dan sesudah pelaksanaan pengabdian masyarakat sebagai berikut.

Tabel 3. *Perubahan pada Mitra Sebelum dan Sesudah Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat pada Pengembangan Wisata Berbasis Pembangunan Berkelanjutan di Wonolopo Semarang.*

| Sebelum pelaksanaan pengabdian masyarakat | Setelah pelaksanaan pengabdian masyarakat | Keterangan |
|---|---|---|
| Mitra pengmas 16,7% yang sudah memiliki pengetahuan pengembangan kelembagaan untuk UMKM sebagai bentuk adaptasi kebiasaan baru wisatawan pasca pandemi dan inovasi pemasaran digital dengan mengaplikasikan teknologi informasi dan komunikasi untuk UMKM, sebagian besar peserta 83,3% belum memiliki pengetahuan dan mempraktikkan pengembangan kelembagaan untuk | Setelah pelaksanaan pengmas, mitra pengmas 98,3% yang sudah memiliki pengetahuan pengembangan kelembagaan untuk UMKM sebagai bentuk adaptasi kebiasaan baru wisatawan pasca pandemi dan inovasi pemasaran digital dengan mengaplikasikan teknologi informasi dan komunikasi untuk UMKM, sebanyak 1,6% yang perlu ditingkatkan pengetahuan dan mempraktikkan pengembangan kelembagaan untuk UMKM sebagai bentuk adaptasi kebiasaan baru wisatawan pasca pandemi dan inovasi pemasaran digital dengan mengaplikasikan teknologi | Mitra telah meningkat pengetahuan dan ketrampilannya pada aspek pengembangan kelembagaan untuk UMKM sebagai bentuk adaptasi kebiasaan baru wisatawan pasca pandemi dan telah meningkat pengetahuan dan ketrampilannya pada inovasi pemasaran digital dengan mengaplikasikan teknologi informasi dan komunikasi. |

UMKM sebagai bentuk informasi dan komunikasi adaptasi kebiasaan baru untuk UMKM. wisatawan pasca pandemi dan inovasi pemasaran digital dengan mengaplikasikan teknologi informasi dan komunikasi untuk UMKM.

Setelah pelaksanaan pengabdian masyarakat terdapat penambahan kapasitas dimana mitra yaitu pelaku dan pengelola UMKM di Wonolopo telah meningkat pengetahuan dan ketrampilannya pada aspek pengembangan kelembagaan untuk UMKM sebagai bentuk adaptasi kebiasaan baru wisatawan pasca pandemi dan telah meningkat pengetahuan dan ketrampilannya pada inovasi pemasaran digital dengan mengaplikasikan teknologi informasi dan komunikasi.

PENUTUP

Simpulan. Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilaksanakan di Wonolopo disimpulkan setelah dilaksanakan pengabdian masyarakat Mitra UMKM Wonolopo Semarang sebanyak 98,3% (13 peserta) telah meningkat kemampuannya dalam pengembangan kelembagaan untuk UMKM dan inovasi pemasaran digital dengan mengaplikasikan teknologi informasi dan komunikasi untuk UMKM, sebanyak 1,6% (2 peserta) perlu ditingkatkan pengetahuan dan mempraktikkan inovasi pemasaran digital dengan mengaplikasikan teknologi informasi dan komunikasi untuk UMKM. Untuk itu perlu pendampingan yang lebih intensif khususnya bagi mitra yang masih belum dapat mengintegrasikan TIK pada inovasi pemasaran digital dengan mengaplikasikan teknologi linktree untuk UMKM.

Aspek pengembangan kelembagaan dan pemasaran digital sangat penting bagi pengembangan wisata. Melalui pembentukan kelompok sadar wisata (pokdarwis) nantinya para pelaku wisata dapat dikelola lebih optimal. Begitu juga dengan pemasaran digital, UMKM Wonolopo Semarang juga mampu dan perluasan pemasaran produk UMKM dengan pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi dengan linktree yang disebarkan melalui media sosial.

Pelaksanaan pengabdian masyarakat sebagai salah satu bentuk Tri Dharma Perguruan Tinggi melalui pengembangan wisata berbasis pembangunan berkelanjutan di Wonolopo Semarang telah ikut mendorong terwujudnya Sustainable Development Goals yaitu pengentasan kemiskinan (SDG 1) dan memperluas mata pencaharian dan pertumbuhan ekonomi (SDG 8).

Saran. Berdasarkan pelaksanaan pengabdian masyarakat ini terdapat diajukan beberapa saran untuk pelaku dan pengelola wisata pada tingkatan kelurahan dan desa di Indonesia yaitu: (1). Disarankan untuk menguatkan kelembagaan dalam pengelolaan wisata; (2) Disarankan untuk pelaku UMKM untuk inovasi pemasaran digital dengan mengaplikasikan teknologi informasi dan komunikasi untuk UMKM.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim Penulis mengucapkan terima kasih kepada Fisip Universitas Airlangga yang telah memberi dukungan financial terhadap pelaksanaan pengabdian masyarakat ini tahun anggaran 2022.

DAFTAR PUSTAKA

- Bala, M., & Verma, D. (2018). A critical review of digital marketing. *International Journal of Management, IT & Engineering*, 8(10), 321–339.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing*. Pearson UK.
- Chatterjee, S., & Kar, A. K. (2020). Why do small and medium enterprises use social media marketing and what is the impact: Empirical insights from India. *International Journal of Information Management*, 53, 102103.
- Kampung Edukasi Omah Ampiran Desa Wisata Wonolopo
.https://omahampiransamarang.blogspot.com/
- Nuseira, M. T., & Aljumahb, A. (2020). The Role of Digital Marketing in Business Performance with the Moderating Effect of Environment Factors among SMEs of UAE. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*.
- Pradhan, P., Nigam, D., & Ck, T. (2018). Digital marketing and SMES: An identification of research gap via archives of past research. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 23(1), 1–14.
- Pemberdayaan Digital Marketing Social Media di Kampung Edukasi Omah Ampiran, Wonolopo, Mijen. dalam <https://map.fisip.undip.ac.id/pemberdayaan-digital-marketing-social-media-di-kampung-edukasi-omah-ampiran-wonolopo-mijen/>
- Rahman, N. A., Yaacob, Z., & Radzi, R. M. (2016). An overview of technological innovation on SME survival: A conceptual paper. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 224, 508–515.
- Sultan, M. F., Asif, M., & Asim, M. (2019). Perceived impact of E-Marketing Practices (EMP) by SMEs on Customer Relationships: Moderating Role of Security, Privacy and Weak Infrastructure. *Global Management Journal for Academic & Corporate Studies*, 9(1), 134-145.
- Saleh, H. (2020). Enhance Small Medium Enterprise (Smes) Family Business in Malaysia Through E-Marketing Strategies. *International Journal of Scientific and Technology Research*.