



## Sosialisasi Wisata Dan Umkm Berbasis (FGD) *Focus Group Discussion* Guna Meningkatkan Kualitas Ekonomi Masyarakat Desa Jarak Kecamatan Wonosalam Kabupaten Jombang

Savira Apriliana<sup>1\*</sup>, Niniek Imaningsih<sup>2</sup>, Cholid Fadil<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Indonesia, E-mail: [savirapr1.04@gmail.com](mailto:savirapr1.04@gmail.com)

<sup>2</sup> Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Indonesia, E-mail: [ninieki-maningsih@gmail.com](mailto:ninieki-maningsih@gmail.com)

<sup>3</sup> Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Indonesia, E-mail: [fadilcholid6@gmail.com](mailto:fadilcholid6@gmail.com)

### *Abstract*

The center of the village community's economy to meet basic needs does not focus. Jarak Village, Wonosalam District, Jombang. The village which still has a lot of plantation land with its location at one of the foot of Mount Anjasmoro has beautiful views. In addition, this village also has superior tourism that has not been maximized due to access and support areas such as supermarkets and the lack of MSMEs. Utilization and development of tourism supported by the development of MSMEs can encourage the improvement of the economy of the surrounding community so that they can maximize the economy and reduce poverty levels. So, it is necessary to hold socialization in order to increase public knowledge regarding tourism and MSMEs in order to increase the potential of the region and estuary will improve the village economy, especially the community

Keywords: Economy; Tourism; MSMEs.

### I. Pendahuluan

Negara pada dasarnya memiliki intensitas perekonomian yang berbeda berganrung pada pendapatan dan pengeluaran, semua hal itu dipengaruhi akan adanya keberagaman dan faktor-faktor yang dimiliki masing-masing wilayah, seperti budaya, hukum, sejarah dan letak geografisnya sehingga perkembangan dalam ekonominya akan sesuai dengan kebutuhan yang dibutuhkan oleh suatu wilayah atau negara tersebut. Dengan perbedaan yang dimiliki dalam setiap tempat, wilayah bahkan daerah hal itu menunjukkan bahwa dalam perekonomian tidak ada ekonomi yang identik. Perekonomian mencakup dalam semua kegiatan yang berkaitan dengan produksi, konsumsi, distribusi dan perdagangan barang atau jasa di suatu wilayah meupun negara.

Perekonomian sendiri memiliki beberapa jenis ekonomi yang menjadikan sebagai pembeda dalam sistem, fungsi hingga cakupannya disetiap bidang ekonomi. Ekonomi berfungsi sebagai pengatur hubungan antara pelaku ekonomi. Indonesia sendiri memiliki banyak potensi serta peluang yang dapat diolah sebagai penunjang akan peningkatan perekonomian negara. Potensi yang dimiliki Indonesia yakni karakteristiknya sebagai negara kepulauan yang memimiki keberagaman budaya, suku, jenis makanan, ciri khas

daerah, jenis ketrampilan daerah serta yang paling menonjol adalah kekayaan alamnya. Kekayaan alam yang dimiliki Indonesia memiliki potensi yang cukup besar dalam bidang pariwisata. Upaya-upaya untuk pengembangan pariwisata di Indonesia juga selalu dilakukan melalui segala bentuk dan macam metode yang sesuai dan mengikuti zaman modern. Upaya pengembangan dilakukan karena industri pariwisata Indonesia memiliki banyak batasan seperti Sumber Daya Manusia (SDM), skill, akses jalan, dan modal bagi masyarakat dalam meningkatkan potensi wisata disekitar tempat tinggal atau lingkungannya.

Pengembangan pada sektor pariwisata memberikan dampak dalam pengembangan ekonomi disuatu wilayah. Pengembangan ekonomi akan meningkat jika upaya pengembangan pariwisata memiliki perencanaan dan terstruktur secara baik dan teratur. Sebagaimana yang dipaparkan oleh Wahyudi (2013)<sup>1</sup> perihal dampak ekonomi yakni memberikan/menciptakan pekerjaan yang memerlukan sedikit keterampilan, peningkatan harga, nilai property atau asset akan meningkat, penyediaan layanan kesehatan dan keamanan. Selain itu dampak positif pariwisata bagi masyarakat lokal terdapat delapan kelompok besar menurut Cohen (1984)<sup>2</sup> yakni dampak terhadap penerimaan devisa, pendapatan masyarakat, kesempatan kerja, harga kebutuhan, distribusi manfaat serta keuntungan, kepemilikan dan kontrol, pembangunan umum, dan pendapatan pemerintah.

Sektor pariwisata berkontribusi atau menyumbang sekitar 8% jumlah total perekonomian di Indonesia (Putra & Pitana, 2010)<sup>3</sup> Sektor pariwisata diharapkan dapat berjalan dan berkelanjutan dengan pengembangan pariwisata kerakyatan, Oleh karena itu diperlukan diverifikasi daya tarik wisata yang berorientasi adanya peningkatan kesejahteraan masyarakat, pelestarian budaya dan pembangunan kepariwisataan yang ramah lingkungan. (Putra & Pitana, 2010)<sup>4</sup>

---

<sup>1</sup> Wahyudi, H. (2013). Pariwisata, Pengentasan Kemiskinan dan MDGs. Seminar Nasional FISIP-UT 2012, 1-12. <http://repository.ut.ac.id/2487/1/fisip201219.pdf>

<sup>2</sup> Cohen, N. (1984). Toward a Sociology of International Tourism. *Sociological Research*, 1, 164-182. [https://www.researchgate.net/publication/317744208\\_New\\_directions\\_in\\_the\\_sociology\\_of\\_tourism](https://www.researchgate.net/publication/317744208_New_directions_in_the_sociology_of_tourism)

<sup>3</sup> Putra, D., & Pitana, I. G. (2010). *Pariwisata Pro-Rakyat (Meretas Jalan Mengentaskan Kemiskinan di Indonesia)*. Jakarta, Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata.

<sup>4</sup> Putra, D., & Pitana, I. G. (2010). *Pariwisata Pro-Rakyat (Meretas Jalan Mengentaskan Kemiskinan di Indonesia)*. Jakarta, Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata.

Yoeti (2008)<sup>5</sup> mengatakan bahwa pariwisata terbukti mampu dalam mensejahterakan dan mengentaskan kemiskinan pada suatu wilayah atau daerah dalam sektor ekonomi. Menurutnya, pembangan yang dilakukan untuk industri pariwisata mempunyai *trickle down effect* bagi masyarakat sekitar. Pariwisata juga menjadi manifest dari modernisasi yang memberikan dampak positif bagi perekonomian masyarakatnya. Dengan berjalannya pariwisata serta dampak positif yang ditimbulkan tidak menutup kemungkinan jika akan memunculkan pelaku-pelaku Usaha, Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) yang ikut serta membangun dan mengembangkan pariwisata yang ada di Indonesia.

Dengan adanya pelaku-pelaku usaha yang ada disekitar tempat pariwisata dapat menjadi daya tarik bagi wisatawan dalam berkunjung karena dapat dipastikan akan memiliki tingkat kenyamanan. Di setiap provinsi yang ada di Indonesia akan selalu memiliki upaya-upaya serta terobosan yang akan selalu berkembang untuk memajukan pariwisata serta UMKM dengan tujuan melestarikan, memperindah, menjaga alam yang telah ada, selain itu untuk meningkatkan kesejahteraan hidup dan pendapatan masyarakat. Dengan begitu perkembangan pariwisata yang diikuti dengan menonjolnya tingkat tersebar para pelaku Usaha, Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) dapat dipastikan ikut mendorong dan mempercepat pertumbuhan ekonomi.

Setiap daerah di Indonesia memiliki keunggulan dan daya tarik masing-masing dalam wisata dan UMKMnya, seperti yang ada di Desa Jarak Wonosalam Jombang wisata yang dimiliki cukup menarik dengan menyuguhkan panorama keindahan alam dan olahan sumber daya alam yang ada. Letak geografis yang dimiliki Desa Jarak menjadikannya desa dengan banyak memiliki bukit, sehingga banyak kebun-kebun yang melintang. Ada empat wisata yang menjadi keunggulan di desa ini yakni eduwisata perah susu sapi, bukit pencaringan, air terjun grojokan asmoro serta wisata religi makam mbah jimat. Selain wisata ada sektor pendukung lain yakni Usaha, Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) yang menyuguhkan olahan-olahan lokal yang berbahan higienis hasil kebun pemilik usaha. Namun, meskipun kesadaran masyarakat dengan adanya UMKM tinggi, hal ini masih belum dapat memberikan kesan menarik hingga ingin berkunjung ke

---

<sup>5</sup> Yoeti. (2008). *Perencanaan dan pengembangan pariwisata*. Jakarta. Prandy.

tempat wisata dikarenakan akses jalan yang cukup sulit dan area suport seperti warung, minimarket dan tempat makan yang belum memadai.

Sedangkan dalam berpariwisata umumnya para wisatawan selain mengunjungi tempat wisata juga mengicipi makanan atau keterampilan yang menjadi ciri khas yang dimiliki tempat wisata tersebut. Oleh karena itu, sosialisasi diadakan untuk membantu masyarakat dalam lebih menggali potensi-potensi akan wisata maupun ekonomi kreatif guna meningkatkan kualitas ekonomi masyarakat. Implementasi dalam metode yang digunakan dengan bentuk *Focus Group Discussion* (FGD).

Sosialisasi dengan metode FGD di harapkan dapat menambah wawasan masyarakat Desa Jarak untuk terus dapat berinovasi dan mengembangkan sektir wisata dan UMKM di desa jarak. Selain iu hasil dari sosialisasi ini juga diharapkan masyarakat terutama pengelola UMKM agar dapat memasarkan produk unggulan mereka secara digital melalui media online. Hal ini akan semakin meningkatkan *brand image* dan *brand trust* dari produk UMKM yang ada (Macdonald & Sharp, 2000)

## II. Method

Desa Jarak memiliki potensi sumber daya alam manusia dengan kemampuan yang dapat bersaing dengan desa lain dalam membuat produk unggulan sebagai penopang perekonomian masyarakat desa. Sejauh ini tidak dapat maksimalnya keunggulan tersebut dikarenakan akses dan suport area seperti minimarket, toko kelontong dan juga minim UMKM yang menyediakan jajanan khas atau oleh-oleh di Desa Jarak. Solusi yang ditawarkan pada masyarakat yakni dengan diadakanya sosialisasi wisata dan UMKM berbasis FGD (focus Group Discussion) dengan melihat potensi Desa Jarak. Upaya ini dilakukan sebagai tambahan wawasan masyarakat mengenai pentingnya wisata dan UMKM sebagai pondasi awal berkembangnya wisata di Desa Jarak.

Pelaksanaan sosialisasi ini dilaksanakan di Balai Desa Jarak, Kecamatan Wonosalam, Kabupaten Jombang, dengan pengisi materi di sampaikan oleh dua narasumber, narasumber yang pertama yakni Ibu Sugiati Ningsih. S.E selaku perwakilan dari Dinas Pariwisata Kota Jombang dan yang kedua yakni Bapak Widy Taurus Sandy, S.E., M.S.M. Kegiatan sosialisasi ini dihadiri oleh 30 tamu undangan yang mana 10 peserta adalah perangkat desa dan tokoh desa, 10 peserta adalah pelaku Usaha, Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) dan 10 peserta lainnya adalah rekan mahasiswa/i. Pada pelaksanaan sosialisasi

wisata dan UMKM berbasis FGD (*Focus Group Discussion*) di bagi menjadi beberapa tahapan yakni:

- a. Tahapan penyampaian materi terkait pentingnya wisata dan UMKM sebagai penopang perekonomian Desa Jarak
- b. Tahapan penyampaian materi dengan prototype produk UMKM yang ada di Desa Jarak
- c. Tahapan penyampaian konsep umum mengenai wisata dan UMKM
- d. Tahapan diskusi antara pemateri dan peserta sosialisasi

Adapun rincian alat yang digunakan selama pelaksanaan sosialisasi wisata dan UMKM berbasis FGD (*focus Group Discussion*) yakni:

- a. Proyektor
- b. Prototype produk UMKM
- c. Papan tulis
- d. Spidol
- e. Meja
- f. Laptop

### III. Hasil dan Pembahasan

Kegiatan sosialisasi merupakan suatu proses dalam belajar individu atau kelompok untuk memahami suatu kebudayaan masyarakat dalam lingkungannya. Sosialisasi memiliki fungsi sebagai sarana pengenalan, pengakuan dan penyesuaian suatu sebab terhadap nilai, norma dan struktur sosial. Dalam kegiatan sosialisasi juga sebagai wadah tampung untuk menyuarakan suatu ide ataupun gagasan dari masyarakat yang akan disampaikan kepada individu ataupun sebaliknya dari individu disampaikan kepada masyarakat. Dengan banyaknya topik sosialisasi peneliti mengangkat topik tentang wisata dan UMKM berbasis FGD (*Focus Group Discussion*) guna meningkatkan kualitas ekonomi di masyarakat.

Kegiatan sosialisasi wisata dan UMKM ini dilaksanakan dalam rangka pengabdian kepada masyarakat yang mana ditujukan untuk menambah pengetahuan tentang pengembangan wisata dan UMKM dalam suatu wilayah atau daerah. Kegiatan sosialisasi ini diharapkan dapat memberi informasi dan menambah pengetahuan mengenai dampak positif jikalau terjadi pengembangan wisata serta UMKM desa. Kegiatan sosialisasi ini mengundang dua narasumber dan tiga puluh peserta kegiatan.

Narasumber yang menjadi pemapar materi merupakan perwakilan dari Dinas Pariwisata Kota Jombang dan Dosen STIE PGRI Dewantara Jombang. Peserta kegiatan sosialisasi sebanyak 27 orang dengan 3 orang berhalangan hadir yakni pemilik Usaha, Mikro, Kecil, Menengah (UMKM). Kegiatan sosialisasi berlangsung dengan lancar, tertib dan teratur dengan diawali pembukaan dengan kata sambutan oleh Ketua Kelompok mahasiswa, dilanjutkan kata sambutan oleh Kepala Desa Jarak yang kebetulan diwakilkan oleh Bapak Sekertari Desa lalu dimulai pemaparan-pemaparan perihal wisata dan UMKM. Dengan sosialisasi berbasis FGD (Focus Group Discussion) memberikan situasi dan kesan yang santai sehingga terjadinya interaksi dua arah antara narasumber dan peserta kegiatan. Sistem komunikasi dua arah ini menunjukkan pemahaman dan kefokusannya peserta dalam mengikuti sosialisasi dinilai dari tanggapan-tanggapan yang diberikan peserta saat narasumber memberikan celukan-celukan dalam sela-sela pemaparan materinya.

Wisata unggulan yang dimiliki Desa Jarak yang memiliki potensi untuk dikembangkan yakni :

1) Eduwisata Perah Susu Sapi

Wisata yang memberikan pengalaman untuk pemerah sapi dengan metode tradisional yakni menggunakan bantuan tangan dan langsung ke puting sapi yang akan diperah. Kegiatan ini menjadi pengalaman yang sangat menyenangkan karena dapat mengetahui cara, langkah-langkah dan model dalam kegiatan pemerah susu yang biasanya hanya dilakukan oleh peternak saja. Wisata ini terletak di Dusun Anjasmoro. Sehingga wisatawan dapat mengetahui proses awal dari produksi susu.

2) Bukit Pencaringan

Wisata yang menyuguhkan pemandangan bukit-bukit yang ada disekitaran tempat wisata,. Lokasi wisata ini berada di Dusun Jarak Krajan. selain itu wisata ini memiliki kolam renang di tengahnya hingga bisa berenang dan menikmati pemandangan.

3) Makam Mbah Jimat

Makam Mbah Jimat merupakan makam dari tokoh bersejarah yang menjadi asal muasal terciptanya Desa Jarak. Lokasi wisata ini ada di Dusun Sungkul. Wisata religi ini memberikan pengalaman doa bersama bagi para wisatawan.

4) Air Terjun Grojokan Asmoro

Wisata alam ini terletak di Dusun Tegalorejo, memiliki akses jalan yang cukup menarik dengan kondisi yang menanjak dan sejauh 1 km dari rumah terakhir. Air terjun yang ada di salah satu kaki gunung dari Gunung Anjasmoro. Akses jalan yang cocok untuk mendaki dan memiliki pemandangann yang indah menjadi daya tarik di wisata ini.

Usaha, Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) yang ada di Desa jarak yakni;

1) Susu kambing dan susu sapi

Susu kambing memiliki banyak khasiat untuk tubuh yakni, menjaga kesehatan tulang dan gigi, sistem pencernaan, meringankan gejala psoriasis dan meningkatkan imunitas tubuh. Sedangkan susu sapi memiliki khasiat yang sama seperti susu kambing namun ada tambahan seperti susu sapi memiliki banyak zat gizi penting yang dibutuhkan oleh tubuh, dapat mencegah serta menurunkan resiko terkena penyakit kanker dan hipertensi, menurangi resiko penyakit diabetes tipe 2 dan segala khasiat baik yang lainnya. Olahan susu ini dapat diolah menjadi permen susu, susu murni, susu rasa, pudding dan segala usaha kuliner lainnya.

2) Kue kering

Kue yang banyak dipesan saat bulan-bulan menuju Hari Raya Idul Fitri bagi umat muslim. Selain itu kue ini biasa dipesan saat ada kegiatan dan acara tertentu. Dengan begitu kue ini dapat dialokasikan menjadi kue kering ciri khas Desa Jarak atau Wonosalam dengan campuran-campuran bahan atau karakteristik milik desa. Sehingga dapat menjadi oleh-oleh khas.

3) Bubuk Jahe Instan

Jahe bubuk instan olahan dari jahe yang dimiliki oleh pemilik usaha yang diolah menjadi jahe bubuk, bahan yang segar dan higienis menjadi nilai unggul di produk ini. Selain itu, produk ini dapat menjadi oleh-oleh khas daerah juga dikarenakan masa pakai yang memiliki masa cukup lama.

4) Bubuk kopi

Kopi khas milik Wonosalam yakni biji kopi ekselsa, kopi yang menjadi cirikhas daerah Wonosalam dapat menjadi daya tarik bagi pecinta kopi sehingga diolah menjadi bubuk dan dapat menjadi oleh-oleh khas daerah.

5) Jamur tiram

Budidaya jamur yang dilakukan masyarakat dapat di olah menjadi ide makanan kripik atau camilan saat berkunjung saat berwisata.

6) Jajan kripik/makanan ringan

Sama seperti olahan-olahan produk yang memiliki masa pakai yang cukup lama dapat menjadi oleh-oleh khas ssama dengan jajan kripik atau makanan ringan, olahan dari buah, atau sayur dapat menjadi makanan ringan yang mana cakupan untuk meluas sangat mudah.

Selain pengembangan wisata dan UMKM sosialisasi ini juga bertujuan untuk memberikan pemahaman masyarakat terkait pengembangan produk UMKM yang mana dapat dipasarkan secara digital melalui media online. Melalui penyampaian strategi branding dan pemasaran oleh pemateri, diharapkan masyarakat selain mengembangkan wisata dan UMKM juga dapat mengembangkan produk unggulan mereka di luar Desa Jarak melalui media digital.

#### IV. Kesimpulan

Berdasarkan kegiatan sosialisasi yang telah berlangsung dan berjalan dengan lancar dan baik, para pelaku usaha setempat, perangkat pemerintah dan warga setempat menunjukkan ketertarikan akan pengembangan pariwisata dan UMKM yang memiliki dampak positif guna mengentaskan dan mensejahterakan hidup masyarakat sehingga dapat meningkatkan kualitas ekonomi Desa Jarak. Pengemabngan pariwisata tidak hanya dengan pembaharuan fasilitas, pembersihan dan segala mcam bentuk daya tarik,

namun dengan diiringi pembangunan UMKM yang ada di sekitarnya sehingga wisatawan yang berkunjung merasa aman dan nyaman.

### Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, khususnya LPPM yang telah mendukung dan memberikan kesempatan akan adanya program Kuliah Kerja Nyata Tematik MBKM Desa Wisata di Kota Jombang Kecamatan Wonosalam Desa Jarak. Terima kasih kepada bapak Agus Darminto selaku Kepala Desa Desa Jarak yang menempatkan penulis disalah satu dusun yakni Dusun Tegalrejo, dan juga terima kasih kepada Ibu Samiati yang menjadi Ibu Inang yang menyediakan tempat tinggal selama kegiatan KKN berlangsung, dan juga warga Dusun Tegalrejo yang memberikan dukungan sehingga kegiatan ini dapat terlaksana dengan lancar dan terpenuhi.

### Reference

- Cohen, N. (1984). Toward a Sociology of International Tourism. *Sociological Research*, 1, 164–182. [https:// www. researchgate. net/ publication /317744208\\_ New\\_ directions\\_in\\_the\\_sociology\\_of\\_tourism](https://www.researchgate.net/publication/317744208_New_directions_in_the_sociology_of_tourism)
- Macdonald, E. K., & Sharp, B. M. (2000).. (2000). Brand Awareness Effects on Consumer Decision Making for a Common, Repeat Purchase Product: *Journal of Business Research*, 1, 5–15. [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(98\)00070-](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(98)00070-)
- Putra, D., & Pitana, I. G. (2010). *Pariwisata Pro-Rakyat (Meretas Jalan Mengentaskan Kemiskinan di Indonesia)*. Jakarta, Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata.
- Wahyudi, H. (2013). Pariwisata, Pengentasan Kemiskinan dan MDGs. *Seminar Nasional FISIP-UT 2012*, 1–12. <http://repository.ut.ac.id/2487/1/fisip201219.pdf>
- Yoeti. (2008). *Perencanaan dan pengembangan pariwisata*. Jakarta. Prandy.