

Pelatihan Kewirausahaan dan *Digital Marketing* untuk Pengembangan Wisata di Desa Sendangsari

Ibnu Siswanto¹, Bambang Sulisty², Martubi³, Agus Puji Prasetyono⁴

^{1,2,3,4}Universitas Negeri Yogyakarta

Email: ibnususwanto@uny.ac.id¹; bambang_sulisty@uny.ac.id²; martubi@uny.ac.id³; aguspuji@uny.ac.id⁴

Abstract

Karang Taruna Karya Manggala Sendangsari Pengasih Kulonprogo does not have any productive economic activities currently. Even though there are several potentials that can be exploited in the tourism sector, such as local product and tourist villages destination. Therefore, this community service activity has the aim of increasing the knowledge and skills of youth as managers of tourist villages. The method used in this community service is in the form of mentoring and entrepreneurship training as well as digital marketing for the development of tourist villages with a presentation of entrepreneurial material by implementing lecturers and digital marketing training by practitioner informants using 4 stages, namely: (1) Analysis of tourism potential/products processed by productive economy, (2) Making video designs, (3) Video editing process, and (4) Uploading video products on YouTube social media. The community service activities were carried out face-to-face and were attended by 23 youth participants from Karya Manggala youth organization Sendangsari Village, by providing material on entrepreneurship and making videos that aimed to support efforts to increase the entrepreneurial spirit and digital marketing skills. This plays an important role in promoting tourism potential. Community service activities are running smoothly with the increasing interest of youth to do entrepreneurship and being able to make promotional videos.

Keywords: *community service; entrepreneurship; digital marketing; tourist village; local product.*

Abstrak

Karang Taruna Karya Manggala Sendangsari Pengasih Kulonprogo saat ini tidak memiliki kegiatan ekonomi produktif. Padahal ada beberapa potensi yang bisa dimanfaatkan di sektor pariwisata, seperti produk lokal dan destinasi desa wisata. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pemuda sebagai pengelola desa wisata. Metode yang digunakan dalam pengabdian masyarakat ini berupa pendampingan dan pelatihan kewirausahaan serta *digital marketing* untuk pengembangan desa wisata dengan pemaparan materi kewirausahaan oleh dosen pelaksana dan pelatihan *digital marketing* oleh praktisi dengan menggunakan 4 tahapan yaitu: (1) Analisis potensi/produk wisata yang diolah secara ekonomi produktif, (2) Pembuatan desain video, (3) Proses *editing* video, dan (4) Pengunggahan video produk di media sosial YouTube. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan secara tatap muka dan diikuti oleh 23 orang peserta pemuda dari karang taruna Karya Manggala Desa Sendangsari, dengan memberikan materi tentang kewirausahaan dan pembuatan video yang bertujuan untuk mendukung upaya peningkatan jiwa kewirausahaan dan keterampilan pemasaran digital. Hal ini berperan penting dalam mempromosikan potensi pariwisata. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat berjalan lancar dengan semakin meningkatnya minat generasi muda untuk berwirausaha dan mampu membuat video promosi.

Kata Kunci: *pengabdian masyarakat; kewirausahaan; digital marketing; desa wisata; produk lokal.*

Artikel diterima: 8 Mei 2024

direvisi: 13 Juni 2024

disetujui: 22 Juli 2024



Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi-BerbagiSerupa 4.0 Internasional.

Pendahuluan

Karang Taruna Karya Manggala berada di Kelurahan Sendangsari Kecamatan Pengasih Kabupaten Kulon Progo. Organisasi kepemudaan ini memiliki struktur kepengurusan yang terdiri dari ketua, sekretaris, bendahara, serta enam bidang yang meliputi Bidang Pendidikan dan Pelatihan, Bidang Kelompok Usaha Bersama, Bidang UKS, Bidang Kerohanian, Bidang Orkes dan Budaya, serta Bidang Lingkungan. Jumlah anggota karang taruna yang aktif sebanyak kurang lebih 30 orang dari pedukuhan-pedukuhan di Kelurahan Sendangsari.

Anggota Karang Taruna Karya Manggala terdiri dari para pelajar, mahasiswa, dan juga pemuda yang sudah bekerja atau berwirausaha. Salah satu anggota yang masih berstatus pelajar SMA yaitu Anestia Tasya Avinka yang meraih banyak prestasi dalam bidang olahraga sepatu roda. Berbagai prestasi diraihnya dalam kejuaraan nasional maupun internasional, seperti juara 2 *Battle Slalom Women* di Kejuaraan 6th *ASEAN Singha Inline Freestyle Open Championship* 2019 di Bangkok, Thailand.

Secara kelembagaan, karang taruna yang berlokasi di Kelurahan Sendangsari Pengasih Kulonprogo ini juga aktif mengikuti kegiatan-kegiatan di tingkat daerah, provinsi, maupun nasional. Misalkan saja pada tahun 2017, Karang Taruna Karya Manggala mengikuti lomba tingkat nasional regional II se Jawa-Bali. Prestasi yang diraih pada perlombaan itu membuat karang taruna dari daerah lain datang ke Kulon Progo untuk melakukan studi banding. Akan tetapi, berbagai prestasi yang sudah diraih secara individu maupun organisasi tersebut masih perlu untuk terus dijaga dan ditingkatkan. Salah satu hal yang perlu ditingkatkan yaitu bagaimana mengembangkan kegiatan usaha ekonomi produktif di Karang Taruna Karya Manggala Kabupaten Kulon Progo. Usaha ekonomi produktif yang pernah dirintis yaitu

kerajinan tangan bros bando berbahan dasar dari kain perca. Akan tetapi usaha kerajinan ini mengalami stagnasi dalam perkembangannya. Salah satu penyebabnya adalah faktor kualitas Sumber Daya Manusia yang tidak bisa aktif mengelola usaha ekonomi produktif yang telah dirintis secara terus menerus.

Potensi lain yang dimiliki yaitu pengembangan desa wisata di Kelurahan Sendangsari. Pada tahun 2022 ini, Kelurahan Sendangsari mendapatkan alokasi dana keistimewaan sebesar kurang lebih dua milyar (Rp. 2.000.000.000,00). Dana tersebut diperuntukkan untuk pengembangan pertanian sebesar tujuh ratus juta rupiah (Rp. 700.000.000,00) dan pengembangan kebudayaan sebesar Lima Ratus Juta Rupiah (Rp. 500.000.000,00). Supaya dana yang sudah dialokasikan tersebut dapat memberikan kemanfaatan secara berkelanjutan, para pemuda di Karang Taruna Karya Manggala Kelurahan Sendangsari Pengasih Kulon Progo perlu terlibat secara aktif.

Selain itu, di desa Sendangsari Kulonprogo juga terdapat lahan seluas 13,9 hektar yang dipergunakan untuk Pusat Penyelamatan Satwa Jogjakarta (PPSJ). Kawasan tersebut disewa selama 20 tahun yang berakhir pada tahun 2020. Oleh karena itu, Kawasan tersebut berpotensi untuk dilanjutkan pengelolaannya oleh warga desa Sendangsari dan dimanfaatkan untuk pengembangan ekonomi produktif.

Salah satu hal yang perlu dilakukan untuk mendukung hal tersebut yaitu meningkatkan jiwa kewirausahaan para pemuda karang taruna dan mengembangkan kemampuan mereka untuk mempromosikan potensi desanya baik dari segi wisata alam, budaya, hingga produk olahan yang dihasilkan sehingga bisa menarik lebih banyak pengunjung. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan untuk meningkatkan jiwa kewirausahaan serta strategi melakukan *digital marketing*.

Entrepreneurship merupakan suatu tahap pemrosesan kreativitas dan inovasi untuk mengambil peluang atau memecahkan suatu permasalahan dengan berbagai resiko yang ada sehingga mampu menciptakan hasil akhir yaitu nilai tambah berupa produk/jasa yang memiliki manfaat bagi warga atau Masyarakat (Siswoyo 2009). Kewirausahaan adalah kemampuan seseorang untuk mengamati dan menilai peluang bisnis, daya optimalisasi berbagai sumber daya, serta berani mengambil tindakan sekaligus risikonya dalam rangka menjadikan aktivitas bisnis yang dijalani agar lebih sukses (Sumardi 2007). Sedangkan Scarborough, Wilson, dan Zimmerer (2008) berpendapat bahwa kewirausahaan merupakan suatu kemampuan kreatif dan inovatif yang bertujuan menciptakan suatu hal yang sifatnya baru, berbeda, dijadikan sebagai dasar, kiat dan sumber daya, proses, serta perjuangan dalam rangka meningkatkan nilai tambah barang dan jasa yang didasari dengan keberanian menerima risiko dalam usaha atau memperbaiki kualitas hidup menuju kesuksesan. Oleh karena itu, seorang wirausahawan mampu memaknai hal-hal yang aktual dan memiliki inisiatif untuk merealisasikannya (Zuhal et al 2008).

Berdasar pengertian ini kewirausahaan dapat dipelajari oleh setiap orang yang memiliki niat, tekad, serta keinginan yang kuat, sehingga tidak sekadar didominasi oleh pihak yang berbakat. Pengetahuan dan keterampilan tentang berwirausaha sebaiknya dimiliki setiap orang dalam upaya untuk meningkatkan peluang perusahaan atau bisnisnya (Chowdhury, Audretsch, and Belitski 2019).

Kewirausahaan menjadi opsi yang tepat untuk seseorang yang memiliki gagasan dalam menciptakan lapangan pekerjaan. Oleh karena itu, umumnya pengusaha dapat membantu mengurangi pengangguran dan berperan sebagai penggerak Pembangunan (Afriadi and Yuni 2018). Selain itu, seorang pengusaha memiliki kebebasan dalam menga-

tur ritme kehidupan pribadinya sehingga dapat mengaktualisasikan diri lebih dibandingkan orang lain (Rukka 2011). Seorang pelaku wirausaha (entrepreneur) memiliki 4 kali kesempatan yang lebih besar untuk menjadi seorang milyuner (Siswoyo 2009). Sepuluh orang terkaya di Indonesia menurut majalah FORBES juga merupakan seorang pengusaha.

Berdasarkan pada pemaparan yang telah dijabarkan, Siswoyo (2009) menguraikan karakteristik seorang pelaku wirausaha di antaranya: 1) Keinginan bertanggung jawab akan usaha yang dirintis. 2) Lebih memikirkan resiko yang akan dihadapi dan menganalisis kesempatan bisnis berdasarkan informasi, wawasan, serta latar belakang yang dimiliki. 3) Memiliki rasa kepercayaan diri yang kuat. Penelitian yang diadakan oleh *National Federation of Independent Business* (NFIB) menjelaskan bahwa satu per tiga pelaku wirausaha merasa berpeluang untuk berhasil di masa depan yang besar hingga 100%. 4) Bersedia menerima masukan. Seorang pelaku wirausaha bersedia mengerti *feedback* masyarakat tentang perkembangan yang tengah dijabarkan, sehingga mereka akan sangat terbuka dengan masukan yang diberikan. 5) Pelaku wirausaha umumnya memiliki kekuatan lebih besar berupa energi menjalankan aktivitasnya apabila dikomparasikan dengan orang lain. 6) Berorientasi pada masa yang akan datang. Pelaku wirausaha diberikan kemampuan analisis yang terampil dalam menerjemahkan dan mengamati peluang usaha atau peluang bisnis yang ada. 7) Keterampilan pengorganisasian yang baik. Pelaku wirausaha diberikan keterampilan untuk memposisikan individu dengan disesuaikan pada kemampuan, keterampilan, dan bidang yang cocok bagi mereka. 8) Nilai dari sebuah pencapaian melebihi uang. Kesuksesan merupakan kekuatan utama yang dimiliki oleh seorang pelaku usaha, sehingga uang pada akhirnya hanya bersifat simbolis dalam menandakan sebuah pencapaian.

Terdapat program pengembangan jiwa kewirausahaan yang telah diprakarsai dan direalisasikan oleh Presiden Republik Indonesia, tepatnya pada bulan Juli tahun 1995. Setelahnya diikuti berbagai luncuran program rintisan pengembangan jiwa kewirausahaan untuk mahasiswa. Seperti Program Kreativitas Mahasiswa (PKM), KKN-Usaha dan *Cooperative Education* (Co-op) yang telah sukses melahirkan individu yang memiliki daya saing tinggi di dunia kerja. Dari *output* inovasi berupa karya-karya yang dihasilkan oleh mahasiswa melalui Program Kreativitas Mahasiswa yang potensial, kemudian dilanjutkan menjadi sebuah peluang dan kesempatan bisnis yang memiliki prospek dapat dikomersilkan, dengan berdasar pada perkembangan Ilmu Pengetahuan, Teknologi dan Seni (IPTEKS). Kewirausahaan dapat menjadi pendorong transformasi digital yang menawarkan inovasi untuk mencapai serta mewujudkan *Sustainable Development Goals* (SDGs) guna mengakhiri kemiskinan, kesenjangan, dan melindungi lingkungan (Apostolopoulos et al. 2018).

Berdasarkan banyak penelitian dan studi terkait dengan minat yang dimiliki oleh mahasiswa, dapat diambil kesimpulan berupa minat berwirausaha individu dapat ditinjau dari kerangka atau pola pikir yang tergabung dan terdapat campur tangan banyak faktor, seperti faktor internal, eksternal, dan kontekstual. Faktor internal adalah hal-hal yang berasal dari sisi dalam yang ada pada diri pelaku wirausaha seperti pembawaan, karakter, usia, dan jenis kelamin yang berpengaruh terhadap cara berperilaku seseorang melakukan kegiatan berwirausaha (Nishantha 2009). Di sisi lain, faktor eksternal berupa unsur dari sisi luar diri wirausahawan seperti faktor lingkungan dan dukungan yang dimiliki seorang wirausaha.

Banyak strategi yang dapat dilakukan oleh seorang pelaku wirausaha melalui proses interaksi antar tiga elemen utama, yaitu karak-

teristik pelaku usaha, peluang bisnis individu yang dimiliki, serta peluang yang terdapat pada komunitas local (Dabić et al. 2020). Strategi lain untuk meningkatkan karakter berwirausaha seseorang dapat dilakukan dengan pengikutsertaan dalam inkubator bisnis (Suratna 2010), komunitas bisnis, dan pelatihan bisnis (Siswoyo 2009). Pelatihan, komunitas, maupun praktik dalam sebuah inkubator bisnis merupakan strategi berkesinambungan yang dapat dilakukan untuk mengembangkan jiwa kewirausahaan seseorang secara berkelanjutan. Seperti pada era revolusi industri 4.0 sekarang ini, berwirausaha sangat berpotensi untuk dikembangkan secara digital melalui *platform* media sosial karena banyak inovasi yang dapat dikembangkan (Olanrewaju et al. 2020). Berdasarkan data statistik dari sejumlah negara maju dan berkembang, proses integrasi di era revolusi industri 4.0 dalam berwirausaha dapat mendorong percepatan kualitas pertumbuhan ekonomi, terlebih pada proses integrasi yang bersifat heterogen sehingga mampu melingkupi seluruh lapisan kalangan Masyarakat (Sergi et al. 2019).

Untuk itu, pentingnya kegiatan berwirausaha bagi percepatan pertumbuhan ekonomi harus dilaksanakan secara menyeluruh pada lapisan masyarakat salah satunya para pemuda Karang Taruna Karya Manggala. Dimulai dari peningkatan pemahaman tentang kewirausahaan, penyuluhan materi kewirausahaan yang disampaikan diharapkan dapat menumbuhkan minat untuk melakukan kegiatan wirausaha. Agar mencapai hasil yang maksimal, kegiatan kewirausahaan ini harus didukung dengan penerapan strategi *digital marketing*.

Digital marketing adalah salah satu strategi pemasaran dengan memanfaatkan penggunaan media digital sehingga dapat membangun *product awareness* serta *engagement* suatu individu atau sekelompok orang (Dewi and Asharudin 2020). Pemasaran

digital atau *Digital marketing* mempunyai pengaruh yang terbilang sangat signifikan berkaitan dengan keputusan seseorang untuk memilih suatu produk ataupun jasa (Rianto et al. 2021). Sehingga pengusaha yang menggunakan *digital marketing* sebagai salah satu strategi pemasaran dapat meningkatkan omset usahanya lebih tinggi lagi (Harsana et al. 2021; Sutopo et al. 2020). Pengembangan *digital marketing* yang baik akan menciptakan inovasi bagi para pelaku wirausaha sosial, dan menjadikannya sebagai salah satu kekuatan kontekstual dalam upaya memperluas bisnis yang dimiliki (Gupta et al. 2020). Pemanfaatan *platform* digital tidak hanya terbatas dalam meningkatkan hasil produk wirausaha, namun dapat meningkatkan prosesnya dari sisi sosial dan ekonomi (Nambisan, Siegel, and Kenney 2018). Para pelaku usaha yang memperluas bisnisnya di bidang kewirausahaan digital memungkinkan untuk memperluas relasi termasuk dengan pemangku kepentingan/*stakeholder*, produsen, dan konsumen/target pasar (Kraus et al. 2019).

Untuk meningkatkan keterampilan *digital marketing*, seseorang perlu dapat mengoptimalkan peralatan komunikasi yang dimilikinya. Misalkan saja penggunaan *handphone* untuk membuat berbagai media digital seperti foto, media grafis, dan video. Terdapat beberapa aplikasi yang dapat dipergunakan untuk mengedit dan membuat berbagai media digital tersebut yang dapat dipergunakan secara gratis seperti Canva, Filmora, dll.

Selain peralatan yang perlu dioptimalkan, kemampuan dalam pengoperasian peralatan tersebut juga harus dikembangkan agar dapat melakukan proses *digital marketing* secara maksimal. Untuk itu pelatihan *digital marketing* sebagai penunjang kegiatan berwirausaha perlu dilaksanakan guna meningkatkan kemampuan dalam *digital marketing* karena berperan penting pada promosi potensi wisata dan produk olahan.

Sehingga kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk menambah minat pemuda menjadi wirausaha khususnya mengembangkan produk olahan (kerajinan tangan dan makanan) guna mendukung desa wisata. Selain itu juga meningkatkan kemampuan *digital marketing* untuk menunjang kegiatan wirausaha serta mempromosikan potensi wisata alam dan budaya kepada masyarakat luas. Selain memberikan pelatihan mengenai kewirausahaan dan *digital marketing* juga melaksanakan pendampingan agar pemuda dapat menghasilkan sebuah produk video promosi baik potensi desa wisata alam, wisata budaya, hingga hasil produk olahan dan dapat mengunggahnya ke *platform* YouTube.

Metode Pelaksanaan

Metode kegiatan yang dilakukan untuk menyelesaikan permasalahan yang terjadi pada mitra sasaran berkaitan dengan rendahnya jiwa kewirausahaan dan kurangnya keterampilan *digital marketing* dilakukan melalui kegiatan pendampingan dan pelatihan dengan alur kegiatan sebagaimana diilustrasikan dalam Gambar 1. Kegiatan pendampingan dilakukan mulai dari awal kegiatan untuk mengetahui kebutuhan sampai dengan nanti *pasca* pelatihan. Sedangkan kegiatan pelatihan dilakukan untuk menghadirkan praktisi kewirausahaan muda yang dapat meningkatkan motivasi anggota karang taruna untuk berwirausaha. Selain itu, pelatihan untuk meningkatkan keterampilan *digital marketing* dilakukan mulai dari analisis potensi yang akan dipromosikan (wisata alam, wisata budaya, dan produk olahan), pembuatan desain video, *editing*, sampai dengan pengunggahan ke *platform* YouTube.

Program peningkatan jiwa kewirausahaan yang dilakukan sesuai dengan hasil-hasil kajian di kerangka pemecahan masalah yang menyatakan bahwa pelatihan, komunitas bisnis, dan praktik bisnis dapat meningkatkan

jiwa kewirausahaan seorang individu. Pelatihan keterampilan yang dilakukan tentang *digital marketing* juga mendukung upaya peningkatan jiwa kewirausahaan karena terbukti *digital marketing* dapat meningkatkan pemasaran.



Gambar 1. Metode Kegiatan PkM

Rancangan Evaluasi

Tabel 1. Indikator Pencapaian Tujuan dan Tolak Ukur Keberhasilan

Kriteria	Indikator Pencapaian Tujuan	Tolak Ukur Keberhasilan
Memahami materi terkait dengan kewirausahaan	Meningkatkan pemahaman dan keterampilan menjadi seorang wirausaha	Bertambahnya motivasi untuk menjadi wirausaha dengan mengembangkan produk lokal yang dapat menunjang promosi desa wisata.
Memahami materi tentang <i>digital marketing</i>	Meningkatkan pemahaman dan keterampilan tentang <i>digital marketing</i>	Mampu mengenali potensi wisata alam, wisata budaya, dan produk olahan. Membuat desain video promosi wisata alam, wisata budaya, dan produk olahan. Mengedit video promosi wisata alam, wisata budaya, dan produk olahan. Mengupload video promosi ke media sosial YouTube.

Sumber: tim pelaksana PkM

Pelatihan kewirausahaan untuk meningkatkan minat wirausaha pemuda Karang Taruna Desa Sendangsari. Indikator keberhasilan pelatihan yaitu jumlah peserta mencapai 23 orang dan setelah pelatihan setiap peserta dapat meningkatkan jiwa kewirausahaannya serta mampu menghasilkan 1 karya video untuk kegiatan *digital marketing*.

Untuk dapat mengetahui tingkat kesuksesan pelaksanaan kegiatan pengabdian ini, maka dilakukanlah proses evaluasi. Evaluasi dilaksanakan dengan cara meninjau dan mengevaluasi aspek yang terjadi selama proses pelaksanaan pendampingan dan pelatihan (Tabel 1). Di sisi lain, pelaksanaan evaluasi dilakukan dengan metode tanya jawab yang dilaksanakan saat pelatihan dan pendampingan kewirausahaan serta *digital marketing* agar hambatan-hambatan yang terjadi di lapangan nantinya segera dapat diatasi, dan ditemukan jalan keluar atau pemecahan masalahnya.

Pelaksanaan Kegiatan

Pelatihan kewirausahaan dan *digital marketing* untuk meningkatkan minat wirausaha pemuda Karang Taruna Desa Sendangsari Pengasih Kulon Progo dilaksanakan pada Ahad 17 Juli 2022 bertempat di balai desa. Kegiatan diawali dengan sambutan dari Lurah Desa Sendangsari dan ketua pelaksana kegiatan pengabdian masyarakat. Lurah menyampaikan bahwa Desa Sendangsari akan menerima pengembalian tanah kas yang selama ini disewa untuk kegiatan Pusat Penyelamatan Satwa Jogja (PPSJ). Tanah yang luas tersebut perlu untuk dikelola sehingga bisa memberikan nilai tambah bagi kemajuan Desa Sendangsari. Oleh karena itu, Pak Lurah mengharapkan para pemuda Karang Taruna dapat berperan aktif untuk memberikan kontribusi terhadap pengelolaan potensi wisata tersebut.

Setelah kegiatan pembukaan, pelatihan dimulai dengan penyampaian materi dari do-

sen pelaksana pengabdian masyarakat dengan muatan kewirausahaan untuk meningkatkan jiwa kewirausahaan pemuda Karang Taruna Karya Manggala. Selanjutnya penyampaian materi pelatihan dari Narasumber khusus untuk memaparkan materi *digital marketing* guna membuka wawasan para peserta dari karang taruna tentang potensi ekonomi dari kegiatan pariwisata. Narasumber juga menyampaikan berbagai macam contoh strategi untuk pengembangan potensi wisata beserta dengan bukti-bukti implementasi yang pernah dikerjakannya. Setelah pemaparan materi dari dosen dan narasumber, peserta pelatihan yang merupakan anggota karang taruna Desa Sendangsari mengaku terbuka wawasan dan mindsetnya serta memiliki keinginan untuk mengembangkan potensi wisata yang ada di Sendangsari.

Menjelang akhir pelatihan, Dosen melakukan evaluasi dan meminta masukan dari para peserta untuk mendapatkan gambaran bentuk pendampingan yang efektif untuk mereka. Salah satu tindak lanjut yang dilakukan setelah pelatihan yaitu peserta diminta untuk melakukan identifikasi potensi wisata yang dimiliki Desa Sendangsari. Potensi wisata alam yang sudah diidentifikasi direncanakan untuk dibuat videonya sehingga dapat menjadi bahan promosi potensi wisata Desa sendangsari.

Hasil Dan Pembahasan

Pemaparan Materi Kewirausahaan

Pemaparan materi kewirausahaan disampaikan oleh dosen pelaksana kepada seluruh peserta pelatihan yang berjumlah 23 peserta. Materi tentang kewirausahaan yang dipaparkan meliputi: (1) Pengertian Kewirausahaan, (2) Manfaat Berwirausaha, (3) Karakteristik Kepribadian yang Dimiliki Seorang Wirausahawan, (4) Strategi Berwirausaha, dan (5) Urgensi Berwirausaha di Era Digital. Rangkaian materi yang dipaparkan tersebut

menjadi materi pembuka dan pengantar sebelum peserta mengikuti rangkaian kegiatan pelatihan *digital marketing* yang akan dipandu oleh narasumber praktisi dalam upaya meningkatkan minat berwirausaha pemuda karang taruna Desa Sendangsari.

Materi awal yang disampaikan oleh dosen pelaksana adalah pengertian kewirausahaan. Pengertian kewirausahaan yang disampaikan bertujuan untuk membangun pondasi dan dasar pemikiran bahwa “Tidak selamanya pemahaman tentang berwirausaha adalah hal-hal yang berorientasi dengan uang atau materi”. Dosen pelaksana memaparkan bahwa kewirausahaan merupakan suatu tahap pemrosesan seseorang dalam menciptakan kreativitas dan inovasi, mengamati daya optimalisasi berbagai sumber daya, mampu memaknai hal-hal aktual yang tengah berkembang di masyarakat dan memiliki inisiatif untuk mewujudkannya, serta berani menerima resiko dalam meningkatkan nilai tambah berupa produk/jasa yang dapat bermanfaat bagi warga atau masyarakat. Setelah konsep dasar dapat dipahami oleh peserta pelatihan, pemaparan dilanjutkan dengan karakteristik kepribadian seorang wirausahawan.

Karakteristik kepribadian yang dimiliki seorang wirausahawan untuk mendukung berlangsungnya kegiatan wirausaha antara lain: bertanggung jawab terhadap usaha yang dirintis, mampu mempertimbangkan resiko yang akan dihadapi, memiliki kepercayaan diri yang tinggi, terbuka pada kritik dan saran yang diberikan, memiliki energi yang besar dalam menjalankan aktivitasnya, mampu menganalisis dan membaca peluang yang ada, dapat memposisikan orang sesuai dengan keterampilan dan bidang yang cocok, serta yang paling penting adalah seorang pelaku wirausaha tidak selalu berorientasi dengan uang atau materi, namun pada kesuksesan akan proses yang panjang.

Banyak manfaat yang dapat diperoleh dari kegiatan berwirausaha, di antara manfaat yang disampaikan antara lain: seorang wirausahawan dapat membantu mengurangi pengangguran dan berperan sebagai penggerak pembangunan, dapat lebih mengaktualisasikan diri karena memiliki kebebasan dalam mengatur ritme kehidupannya, serta memiliki kesempatan yang lebih besar untuk meningkatkan taraf hidup ekonominya. Rangkaian manfaat yang disampaikan bertujuan untuk menambah stimulus dan meningkatkan minat peserta pelatihan dalam memandang kewirausahaan sebagai suatu kegiatan yang memiliki manfaat yang besar dan berpengaruh, baik terhadap diri pelaku wirausaha sendiri, lingkungan sekitar, hingga masyarakat.

Agar seorang pelaku wirausaha mampu merasakan manfaat secara langsung maupun tidak, terdapat strategi berwirausaha yang dapat diterapkan antara lain meningkatkan aktualisasi diri, mampu menganalisis peluang usaha yang ada, serta mampu menentukan potensi yang terdapat di lingkungan sekitar pelaku usaha. Selain itu, terdapat strategi lain yang bisa menjadi alternatif seperti ikut serta dalam inkubator bisnis, komunitas bisnis, dan pelatihan bisnis. Berbagai strategi yang telah disampaikan dapat diikuti oleh para peserta pelatihan agar mampu bersaing di tengah gempuran perkembangan revolusi industri 4.0 dengan mengutamakan dan mengandalkan penggunaan media digital sebagai *platform* yang memadai.

Di era revolusi industri 4.0, penggunaan *platform* digital sebagai media berwirausaha memiliki pengaruh yang sangat signifikan. Hal ini dikarenakan aksesibilitas dan keterjangkauan *platform* digital yang dapat dijangkau oleh siapa saja dan kapan saja tanpa terikat dengan ruang, serta waktu. Sehingga sebagai seorang pelaku wirausaha, hal ini termasuk ke dalam proses aktualisasi diri. Dengan mengikutsertakan diri pada perkembangan teknologi dan informasi yang tengah

terjadi, seorang wirausahawan dapat menganalisis perubahan yang ada, seperti peluang usaha dan sumber daya, target dan pangsa pasar, selera dan kebutuhan konsumen, serta jenis *platform* digital yang digunakan dalam memadai dan menjembatani keberlangsungan kegiatan berwirausaha.

Pelatihan *Digital Marketing*

Dalam rangka menjawab tantangan fenomena yang terjadi dalam revolusi industri 4.0 pada dunia kewirausahaan strategi *digital marketing* perlu dilaksanakan. Strategi *digital marketing* yang dilaksanakan dengan 4 tahap yaitu : (1) Analisis potensi wisata/produk hasil olahan ekonomi produktif, (2) Pembuatan desain video, (3) Proses edit video, dan (4) Pengunggahan produk video di media sosial YouTube.

Analisis potensi wisata dibagi menjadi potensi wisata alam dan wisata budaya. Potensi wisata alam yang ada di Desa Sendangsari Kecamatan Pengasih Kabupaten Kulon Progo termasuk keunikan lingkungan serta keanekaragaman di wilayah daratan. Potensi wisata alam di lingkup daratan meliputi: (a) Taman wisata alam berupa pegunungan serta hutan alam, (b) Perairan seperti sungai, danau, waduk, air terjun, hingga kolam renang; (c) Perkebunan seperti agrowisata perkebunan; (d) Pertanian seperti lokasi persawahan; serta (e) Bentang alam khusus meliputi padang pasir, gua, karst, serta sumber daya alam yang serupa.

Selanjutnya wisata budaya yaitu berupa olah rasa, cipta, dan karsa manusia sesuai dengan hakikatnya yaitu makhluk budaya. Potensi wisata budaya dapat dibagi menjadi potensi wisata budaya yang sifatnya berwujud serta potensi wisata budaya yang sifatnya abstrak (tidak berwujud). Potensi wisata budaya dengan sifat wujud seperti : (a) Cagar budaya, contohnya elemen atau benda, bangunan, struktur, situs, dan kawasan yang ada di dalam cagar budaya; (b) Lingkungan

perkampungan yang sifatnya masih tradisional serta lekat dengan tradisi budaya masyarakat dan adat istiadat dengan ciri khas yang dimilikinya; serta (c) Museum tempat benda-benda bersejarah disimpan. Selanjutnya potensi wisata budaya yang sifatnya abstrak seperti : (a) Aktivitas budaya berupa pelaksanaan adat maupun tradisi yang dilaksanakan secara rutin oleh masyarakat di suatu daerah seperti sekaten, sedekah bumi, karapan, ngaben dan masih banyak lagi; (b) Kesenian.

Sedangkan produk olahan berupa barang kerajinan tangan, makanan khas daerah, dan oleh-oleh makanan ringan khas daerah. Dalam melakukan analisis produk olahan yang dapat dikembangkan dengan cara memahami bahan baku yang diproduksi di daerah tersebut contohnya bambu, akar-akaran, bahan baku makanan khas, dan sebagainya. Analisis potensi produk olahan harus memperhatikan aspek-aspek analisis sesuai dengan jenis produk olahan yang sudah dijabarkan seperti : (a) Analisis produk olahan kerajinan, dengan aspek yang perlu diperhatikan yaitu identitas kerajinan, persepsi wisatawan terhadap kerajinan, serta keunikan lainnya yang menjadi daya tarik bagi pengunjung; (b) Analisis produk olahan kuliner, dengan aspek yang perlu diperhatikan yaitu identitas kerajinan, persepsi wisatawan terhadap kerajinan, serta keunikan lainnya yang menjadi daya tarik bagi pengunjung.

Selanjutnya dalam melakukan analisis potensi wisata alam wilayah daratan harus memperhatikan aspek-aspek analisis sesuai dengan jenis wisata alam wilayah daratan yang sudah dijabarkan seperti : (a) Analisis wisata taman wisata alam, dengan aspek yang perlu diperhatikan yaitu letak/lokasi peta kawasan, status kawasan, kemudahan akses menuju kawasan, ketinggian kawasan, cuaca dan kualitas udara kawasan, jenis flora dan fauna, serta kelebihan lainnya yang menjadi daya tarik bagi pengunjung; (b) Analisis

wisata perairan, dengan aspek yang perlu diperhatikan yaitu letak/lokasi, lebar, panjang, kemudahan menuju lokasi, kedalaman dan karakter arus, kualitas air, kualitas panorama *sun set/sun rise*, serta kelebihan lainnya yang menjadi daya tarik bagi pengunjung; (c) Analisis wisata perkebunan, dengan aspek yang perlu diperhatikan yaitu letak/lokasi, peta kawasan, status kawasan, kemudahan akses menuju lokasi, klimatologi, serta kelebihan lainnya yang menjadi daya tarik bagi pengunjung; dan (d) Analisis wisata pertanian, dengan aspek yang perlu diperhatikan yaitu letak/lokasi, peta kawasan, status kawasan, kemudahan akses menuju lokasi, klimatologi, serta kelebihan lainnya yang menjadi daya tarik bagi pengunjung.

Sedangkan dalam melakukan analisis potensi wisata budaya harus memperhatikan aspek-aspek analisis sesuai dengan jenis wisata budaya: (a) Analisis wisata cagar budaya, dengan aspek-aspek yang perlu diperhatikan berupa identitas benda/ bangunan/struktur/situs/kawasan cagar budaya, fungsi dan makna, serta keunikan lainnya yang menjadi daya tarik bagi pengunjung; (b) Analisis wisata perkampungan tradisional, dengan aspek yang perlu diperhatikan yaitu nama, tempat/lokasi, luas areal, kondisi, serta keunikan lainnya yang menjadi daya tarik bagi pengunjung; (c) Analisis wisata museum, dengan aspek yang perlu diperhatikan yaitu nama, tempat/lokasi, luas areal, kemudahan akses menuju lokasi, latar belakang dan sejarah pendirian, serta jenis-jenis koleksi; (d) Analisis wisata aktivitas budaya adat dan tradisi masyarakat di suatu daerah, dengan aspek yang perlu diperhatikan yaitu nama, bentuk, arti dan fungsi, lokasi, serta kelebihan lainnya yang menjadi daya tarik bagi pengunjung; (e) Analisis wisata kesenian, dengan aspek yang perlu diperhatikan yaitu identitas kesenian, persepsi wisatawan terhadap kesenian, serta kelebihan lainnya yang menjadi daya tarik bagi pengunjung.

Setelah melakukan analisis terhadap potensi wisata/produk olahan, langkah selanjutnya melakukan pembuatan desain video. Langkah pembuatan desain video yaitu: (a) Pembuatan konsep video, langkah ini bertujuan untuk menentukan tema dan materi/*content* apa yang akan dimasukkan ke dalam video; (b) Pembuatan naskah/*storyline*, langkah ini bertujuan untuk mendeskripsikan informasi secara mendetail yang ada di dalam jalan cerita atau alur sebuah video, *storyline* bersifat penting dikarenakan menjadi patokan utama dalam proses produksi suatu video; (c) Pembuatan *storyboard*, langkah ini bertujuan untuk menjelaskan alur video melalui sketsa gambar secara berurutan sesuai naskah cerita.

Setelah membuat desain video, langkah selanjutnya yaitu melakukan pengeditan video. Pada tahap pengeditan video meliputi langkah penyuntingan gambar, penyuntingan video, pemaduan gambar/video dengan suara dan musik, serta mengisi dengan suara narator (*dubbing*) sesuai dengan *storyboard* yang telah dibuat. Pengeditan video penting karena pada langkah ini melakukan pengaturan keindahan tampilan dan pengaturan audio.

Langkah terakhir yaitu melakukan pengunggahan produk video di media sosial YouTube. Langkah ini tidak bisa dipandang sepele karena sangat menentukan pada langkah mempromosikan video. Pada langkah ini yang perlu diperhatikan yaitu penentuan judul dan deskripsi video yang mudah ditemukan di mesin pencarian YouTube, penentuan gambar sampul/*thumbnail* video yang menarik agar penonton tertarik untuk menyaksikan video.

Evaluasi Berupa Diskusi Terbuka

Setelah melakukan kegiatan pelatihan, kegiatan berikutnya yaitu melaksanakan evaluasi untuk melihat keberhasilan kegiatan pelatihan. Kegiatan evaluasi dilaksanakan dengan cara diskusi terbuka antara pemateri dosen pelaksana dan narasumber praktisi

dengan pemuda Karang Taruna Karya Manggala Desa Sendangsari Kecamatan Pengasih Kabupaten Kulon Progo. Hasil dari kegiatan evaluasi adalah sebagai berikut (Tabel 2):

Tabel 2 Hasil evaluasi

No	Kriteria	Hasil Evaluasi
1.	Memahami materi terkait dengan ke-wirausaha-an	Bertambahnya motivasi pemuda karang taruna untuk menjadi wirausaha dengan mengembangkan produk lokal yang dapat menunjang promosi desa wisata.
2.	Memahami materi tentang <i>digital marketing</i>	<p>Mampu mengenali potensi wisata dan produk olahan.</p> <p>Wisata Alam:</p> <ul style="list-style-type: none"> (1) Pemandian Clereng (2) Embung Blubuk (3) Embung Bogor (4) Travel Protection Forest Watoe Gembel (5) Kedungkemin Paingan (6) Jeep Tour dan Pusat wisata alam menorah (7) Kolam renang watu ireng (8) Serang river view/karst tubing kaliserang (9) Wisata kedung pedut (10) Taman jamu naturindo (11) Makam sunan geseng. <p>Wisata Budaya :</p> <ul style="list-style-type: none"> (1) Upacara adat kutukan (2) Nyadran (3) Wiwitan (4) Merti desa (5) Bubak kawah. <p>Produk olahan</p> <ul style="list-style-type: none"> (1) Kerajinan tangan bros bando kain perca <p>Membuat desain video promosi wisata dan produk olahan.</p> <p>Mengetahui langkah membuat desain video mulai dari membuat konsep video, membuat <i>storyline</i>/naskah, hingga membuat <i>storyboard</i>.</p>

Mengedit video promosi wisata alam, wisata budaya, dan produk olahan.

Mengetahui proses pengeditan video menggunakan aplikasi filmora.

Mengunggah video promosi ke media sosial YouTube.

Mengetahui cara menentukan judul dan deskripsi agar mudah muncul di pencarian Youtube hingga dapat membuat *thumbnail*/sampul video yang menarik.

Sumber: Peserta dan Fasilitator pelatihan

Dokumentasi Kegiatan

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dibagi ke dalam 3 sesi pelaksanaan yaitu:

Pemberian materi kewirausahaan oleh dosen pelaksana.



Gambar 2. Materi kewirausahaan oleh dosen

Pelatihan *digital marketing* oleh narasumber praktisi.



Gambar 3. Materi oleh praktisi pariwisata

Evaluasi materi dan pelatihan yang telah disampaikan dengan diskusi terbuka antara pemateri dan narasumber dengan pemuda karang taruna.



Gambar 4. Evaluasi berupa diskusi terbuka

Video potensi wisata di Desa Sendangsari



Gambar 5. Video potensi wisata

Penutup

Simpulan

Kegiatan pengabdian yang berbentuk pelatihan kewirausahaan dan *digital marketing* untuk pengembangan wisata di Desa Sendangsari ini berjalan dengan lancar, dengan hasil pelaksanaan berupa peningkatan minat peserta terhadap wirausaha ditandai dengan peserta yang mampu menghasilkan 1 karya video untuk kegiatan *digital marketing* sesuai dengan tahapan yang telah disampaikan oleh dosen pelaksana dan narasumber praktisi. Antusiasme peserta kegiatan sangat tinggi saat kegiatan pemberian materi berlangsung. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya hasil analisis potensi wisata yang dimiliki Desa Sendangsari.

Saran

Harapan dari pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah mampu meningkatkan inspirasi kepada para masyarakat di Desa Sendangsari secara khusus kepada para pemuda di Karang Taruna Karya Manggala untuk menciptakan inovasi dan kreativitas yang baru dalam upaya meningkatkan potensi desa wisata yang ada di Desa Sendangsari. Produk video yang telah dibuat dapat dipergunakan untuk lebih memperkenalkan potensi wisata alam yang dimiliki dan dikembangkan supaya dapat menjadi salah satu penggerak ekonomi di Desa Sendangsari.

Ucapan Terima Kasih

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat berlangsung dengan lancar karena dukungan berupa pendanaan yang difasilitasi oleh Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta serta kerja sama kemitraan dengan pemuda Karang Taruna Karya Manggala Desa Sendangsari Kecamatan Pengasih Kabupaten Kulon Progo, dan perangkat desa terkait.

Daftar Pustaka

- Afriadi, Roni, and Revita Yuni. (2018). "Pengembangan Jiwa Bioentrepreneur Mahasiswa Biologi." *Jurnal Biolokus: Jurnal Penelitian Pendidikan Biologi Dan Biologi* 1 (2): 123–27.
- Apostolopoulos, Nikolaos, Haya Al-Dajani, Diane Holt, Paul Jones, and Robert Newbery. (2018). "Entrepreneurship and the Sustainable Development Goals." In *Entrepreneurship and the Sustainable Development Goals*, 1–7. Emerald Publishing Limited.
- Chowdhury, Farzana, David B Audretsch, and Maksim Belitski. (2019). "Institutions and Entrepreneurship Quality." *Entrepreneurship Theory and Practice* 43 (1): 51–81.
- Dabić, Marina, Bozidar Vlačić, Justin Paul, Leo-Paul Dana, Sreevas Sahasranamam, and Beata Glinka. (2020). "Immigrant Entrepreneurship: A Review and Research Agenda." *Journal of Business Research* 113: 25–38.
- Dewi, Sanny Pestari, and Firman Asharudin. (2020). "Pengembangan umkm di rw 03 mrican melalui pengenalan promosi digital." *Amaliah: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 4 (1): 33–39.
- Gupta, Parul, Sumedha Chauhan, Justin Paul, and Mahadeo P Jaiswal. (2020). "Social Entrepreneurship Research: A Review and Future Research Agenda." *Journal of Business Research* 113: 209–29.
- Harsana, Minta, Sutriyati Purwanti, Ambar Rizqi Firdausa, and Erza Chica'al Sandya. (2021). "Peningkatan keterampilan kuliner bagi kelompok pkk sekitar kampus gunungkidul universitas negeri yogyakarta." *Prosiding Pendidikan Teknik Boga Busana* 16 (1).
- Kraus, Sascha, Carolin Palmer, Norbert Kailer, Friedrich Lukas Kallinger, and Jonathan Spitzer. (2019). "Digital Entrepreneurship: A Research Agenda on New Business Models for the Twenty-First Century." *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research* 25 (2): 353–75.
- Nambisan, Satish, Donald Siegel, and Martin Kenney. (2018). "On Open Innovation, Platforms, and Entrepreneurship." *Strategic Entrepreneurship Journal* 12 (3): 354–68.
- Nishantha, Busige. (2009). "Influence of Personality Traits and Socio-Demographic Background of Undergraduate Students on Motivation for Entrepreneurial Career: The Case of Sri Lanka."
- Olanrewaju, Abdus-Samad Temitope, Mohammad Alamgir Hossain, Naomi Whiteside, and Paul Mercieca. (2020). "Social Media and Entrepreneurship

- Research: A Literature Review.” *International Journal of Information Management* 50: 90–110.
- Rianto, Rianto, Kasih Prihantoro, Suhirwan Suhirwan, Anton Iman Santosa, Budi Pramono, Guntur Eko Saputro, and Lukman Yudho Prakoso. (2021). “Kebijakan Publik Desa Wisata Solusi Ekonomi Di Masa Pandemi Covid-19 Untuk Mendukung Ekonomi Pertahanan.” *Jurnal Inovasi Penelitian* 2 (5): 1441–50.
- Rukka, Rusli Mohammad. (2011). “Buku Ajar Kewirausahaan 1.” *Makassar: Lembaga Kajian Dan Pengembangan Pendidikan Universitas Hasanuddin*.
- Scarborough, Norman, Doug Wilson, and Thomas Zimmerer. (2008). “Kewirausahaan Dan Manajemen Usaha Kecil.” *Jakarta: Salemba Empat*.
- Sergi, Bruno S, Elena G Popkova, Aleksei V Bogoviz, and Julia V Ragulina. (2019). “Entrepreneurship and Economic Growth: The Experience of Developed and Developing Countries.” In *Entrepreneurship and Development in the 21st Century*, 3–32. Emerald publishing limited.
- Siswoyo, B B. (2009). “Kewirausahaan Dalam Kajian Dunia Akademik.” *FE UM*.
- Sumardi. (2007). *Password Menuju Sukses Rahasia Membangun Sukses Individu, Lembaga, Dan Perusahaan*. Jakarta: Erlangga.
- Suratna, Suratna. (2010). “Pengembangan Jiwa Kewirausahaan Mahasiswa Melalui Inkubator Bisnis.” *Jurnal Administrasi Bisnis* 6 (2): 1–16.
- Sutopo, S, M L Endarwati, C D Puspitasari, and E P Astuti. (2020). “Increased Productivity of Batik Wood Mask Craftsmen through Appropriate Technology Equipment.” In *Journal of Physics: Conference Series*, 1700:12030. IOP Publishing.
- Zuhal et al. (2008). *Kekuatan Daya Saing Indonesia : Mempersiapkan Masyarakat*
- Berbasis Pengetahuan.* Jakarta: Kompas.