

Implementation Digital Marketing and Optimizing Picking Longan Fruit Tourism to Promote the Economy of Wringinputih Village-Owned Enterprise, Borobudur

Ravindra Ardiana Darmadi¹ , Nova Resmita², Fauzia Anisagita³, Laila Nurul Fajri⁴, Tiara Gita Deana⁵, Nida Ahmad Mufadol⁶

^{1,2,3,4,5,6} Department of Management, Universitas Muhammadiyah Magelang, Indonesia

 ravindra@unimma.ac.id

Abstract

BUMDes Wringinputih is a Village-Owned Enterprise that was established in 2017 and is managed by local village administrators. Wringinputih BUMDes is located in Wringinputih village, Borobudur District, Magelang Regency. A common problem in BUMDes is that the revenue target of BUMDes has not been met because income from longan plantations is very limited. Another cause of the lack of income targets is the minimal number of workers who manage plantations and marketing of longan plantations. The method we use to optimize marketing, especially BUMDes digital marketing, is to implement the WOM (Word Of Mouth) method combined with digital marketing to increase the interest of potential consumers with BUMDes and in the end can recommend Wringinputih BUMDes to other potential consumers. Meanwhile, to increase the productivity of the longan harvest, we use booster fertilizers. The result of our method is that digital marketing can help to market tourist spots to the public at large, especially when digital marketing is done consistently and the provision of booster fertilizers can help speed up the ripening process of fruit so that harvests can be done earlier and the results obtained are maximized.

Keywords: Digital Marketing; Longan; Village-Owned Enterprise; Borobudur; Economy.

Implementasi Digital Marketing dan Pengoptimalan Wisata Petik Buah Kelengkeng untuk Memajukan Perekonomian Bumdes Wringinputih, Borobudur

Abstrak

BUMDes Wringinputih merupakan Badan Usaha Milik Desa yang berdiri tahun 2017 dan dikelola oleh pengurus desa setempat. BUMDes Wringinputih berlokasi di desa Wringinputih, Kecamatan Borobudur, Kabupaten Magelang. Permasalahan umum yang terdapat di BUMDes yaitu belum terpenuhinya target pendapatan BUMDes dikarenakan penghasilan dari perkebunan kelengkeng sangat terbatas. Penyebab lain dari kurangnya target pendapatan adalah minimnya jumlah tenaga kerja yang mengelola perkebunan dan pemasaran kebun kelengkeng. Metode yang kami lakukan untuk mengoptimalkan pemasaran terkhusus pemasaran digital BUMDes adalah dengan mengimplementasikan metode WOM (*Word Of Mouth*) yang di kombinasikan dengan pemasaran digital untuk meningkatkan ketertarikan calon konsumen dengan BUMDes dan pada akhirnya dapat merekomendasikan BUMDes Wringinputih kepada calon konsumen yang lain. Sedangkan untuk meningkatkan produktivitas hasil panen kelengkeng, kami menggunakan pupuk *booster*. Hasil dari metode yang kami lakukan adalah pemasaran digital dapat membantu untuk memasarkan spot wisata kepada masyarakat secara luas terutama ketika pemasaran digital dilakukan secara konsisten dan pemberian pupuk *booster* dapat membantu mempercepat proses pematangan buah sehingga panen dapat dilakukan lebih awal dan hasil yang didapat lebih maksimal.

Kata kunci: Pemasaran Digital; Kelengkeng; BUMDes; Borobudur; Ekonomi.

1. Pendahuluan

Menurut [1] BUMDes adalah badan hukum yang didirikan oleh desa dan/atau bersama desa-desa guna mengelola usaha, memanfaatkan aset, mengembangkan investasi dan produktivitas, menyediakan jasa pelayanan, dan/atau menyediakan jenis usaha lainnya untuk sebesar-besarnya kesejahteraan masyarakat desa. BUMDes Wringinputih merupakan Badan Usaha Milik Desa yang berdiri tahun 2017 dan dikelola oleh pengurus desa setempat. BUMDes Wringinputih berlokasi di desa Wringinputih, Kecamatan Borobudur, Kabupaten Magelang. Desa wisata Wringinputih ini terletak sekitar 2,3km dari kawasan wisata Candi Borobudur. Pembentukan BUMDes didasarkan atas kebutuhan dan potensi yang dimiliki desa, dengan tujuan sebagai upaya peningkatan kesejahteraan masyarakat. BUMDes Wringinputih memiliki beberapa bidang usaha yang dijalankan, seperti homestay, paintball, sewa tempat, pasar desa, mitra warung, dan kebun buah kelengkeng.

Pada tahun 2022 BUMDes memiliki rencana untuk membuka wisata baru yaitu petik buah kelengkeng. Jenis kelengkeng yang budidayakan oleh BUMDes adalah berjenis Kelengkeng New Kristal. Dimana jenis ini merupakan varietas yang mempunyai prospek dan nilai komersial tinggi. Kelengkeng memiliki keunikan tersendiri dibandingkan buah lain dimana buah kelengkeng berbuah tidak tergantung musim dengan melakukan teknik pemboosteran. Teknik *booster* adalah teknik perangsang tumbuhnya bunga bakal calon buah dengan menggunakan pupuk yang mengandung unsur N, P, K [2]. Dengan hadirnya wisata petik buah kelengkeng, diharapkan dapat menarik wisatawan. Namun, perkembangan kebun buah kelengkeng belum berjalan secara maksimal. Hal itu dikarenakan rendahnya jumlah SDM yang dimiliki oleh BUMDes. Padahal, ketersediaan lengkeng secara berkesinambungan akan memberikan nilai tambah bagi produsen buah maupun kepastian harga yang relatif bagi konsumen [3].

Selain dari segi wisata, BUMDes Wringinputih juga sudah memanfaatkan *digital marketing*. Namun, pemanfaatan tersebut belum berjalan secara optimal. Hal itu disebabkan karena BUMDes Wringinputih masih belum mengaplikasikan dan belum memiliki website sendiri. Menurut [4], para pelaku bisnis hendaknya memanfaatkan media digital sebagai salah satu upaya pemasaran produknya sehingga konsumen lebih mengenal produk yang dihasilkan oleh pelaku bisnis.

Berdasarkan masalah yang sudah di dapat, yaitu belum optimalnya wisata buah kelengkeng dan pemasaran khususnya pemasaran digital yang dilakukan maka kami bertujuan untuk melakukan penerjunan untuk menyelesaikan yang dihadapi BUMDes Wringinputih.

2. Metode

Metode pelaksanaan dalam penerjunan ini adalah tim berpartisipasi dan berinteraksi secara langsung dengan setiap anggota dari BUMDes Wringinputih. Untuk mengoptimalkan pemasaran terkhusus pemasaran digital BUMDes, kami mengimplementasikan metode WoM (*Word of Mouth*) yang di kombinasikan dengan pemasaran digital. Tim awalnya melakukan pelatihan pemasaran digital melalui media sosial terkhusus kepada admin BUMDes seperti proses pengeditan video promosi, pembuatan *caption* dan jadwal posting yang dilakukan secara konsisten, lalu melakukan pembuatan website untuk BUMDes yang kemudian didukung dengan pembuatan *Linktree* untuk mengkolaborasi semua media sosial yang digunakan di BUMDes. Hal itu kami lakukan agar calon konsumen bisa melihat semua media sosial yang ada di BUMDes dan merasa tertarik dan pada akhirnya dapat merekomendasikan BUMDes Wringinputih kepada calon konsumen.

Pada pemeliharaan kebun buah kelengkeng, kami melakukan pemboosteran yang dilakukan pada pohon kelengkeng yang sudah tidak memiliki pupus daun muda atau kondisi daun sudah tua. Hal ini dilakukan kami lakukan untuk mempercepat proses panen pohon kelengkeng. *Booster* ini nantinya akan memberikan panen buah kelengkeng yang lebih cepat sehingga tumbuhan kelengkeng akan bisa panen walaupun diluar musimnya.

3. Hasil dan Pembahasan

Pemasaran digital hasil kegiatan PPMT adalah pemasaran yang dilakukan melalui platform digital (Tiktok, Instagram, Whats App Bisnis, Website, dan Linktree) strategi yang dilakukan dengan menggunakan strategi WoM (*Word of Mouth*). Aktivitas digital marketing pertama yang dilakukan adalah dengan pembuatan konten marketing seperti video. Proses pembuatan konten berawal dari penyusunan konsep, ide, penyajian informasi dan pelaksanaan dari konsep, ide tersebut. Kemudian dilanjutkan dengan membuat jadwal pendistribusian konten yang dilakukan di media sosial BUMDes Wringinputih. Pelatihan terhadap staff BUMDes juga dilakukan untuk meningkatkan kemampuan dalam pembuatan konten marketing guna pemasaran pada platform digital. Pelatihan yang diberikan antara lain yaitu fotografi, videografi, pembuatan website, dan manajemen sosial media atau pengelolaan akun sosial media sebagaimana disajikan pada Gambar 1 dan Gambar 2.



Gambar 1. Pelatihan fotografi dan videografi



Gambar 2. Pembuatan website dan manajemen social media

Kegiatan lain untuk digital marketing adalah pembuatan *Linktree*, yaitu dengan mengumpulkan seluruh media sosial yang dimiliki Balkondes Wringinputih menjadi satu halaman khusus seperti yang disajikan pada Gambar 3. Kemudian link dari linktree tersebut disematkan di setiap akun media sosial Balkondes Wringinputih. *Linktree* dibuat untuk memudahkan pengunjung untuk mengakses tautan media sosial Balkondes Wringinputih lainnya.



Gambar 3. *Linktree* dari BUMDes Wringinputih

Pada pemeliharaan kebun buah kelengkeng, pemeliharaan dilakukan setelah masa panen. Pohon yang akan dibooster adalah pohon yang daunnya telah berwarna hijau tua. Untuk pupuk boosternya kami menggunakan pupuk nongfeng dan KCIO3. Kedua pupuk tersebut digunakan untuk membandingkan bagaimana proses yang terjadi ketika menggunakan kedua produk tersebut. Pada booster kelengkeng nongfeng terdapat 3 jenis yaitu NF Kelengkeng, NF AAPlus dan NF Buah sebagaimana disajikan pada Gambar 4, ketiga jenis tersebut dicampur dengan air sebesar 30 liter untuk 15 hingga 18 pohon sebagaimana disajikan pada Gambar 5. Sebelum pemupukan, tanah disekitar pohon kelengkeng yang akan diberi pupuk di gembur terlebih dahulu. Setelah itu pemupukan dilakukan dengan menyirami di sekitar pohon. Pada penggunaan booster kelengkeng KCIO3 tersebut juga dicampurkan dengan air sebesar 10 liter untuk 3 pohon dengan sistem kocor. Hasil dari pemboosteran tersebut membutuhkan waktu 3-4 minggu.



Gambar 4. Pupuk booster NF Kelengkeng, NF AAPlus dan NF Buah



Gambar 5. Pencampuran tiga jenis pupuk

4. Kesimpulan

Tujuan dari penerjungan yang dilakukan adalah untuk menyelesaikan masalah di BUMDes Wringinputih, yaitu belum optimalnya wisata buah kelengkeng dan pemasaran khususnya pemasaran digital yang dilakukan. Berangkat dari masalah tersebut kami menggunakan 2 metode untuk kedua masalah tersebut. Untuk mengoptimalkan pemasaran terkhusus pemasaran digital BUMDes, kami mengimplementasikan metode WoM (*Word of Mouth*) yang di kombinasikan dengan pemasaran digital. Hal itu kami lakukan agar calon konsumen bisa melihat semua media sosial yang ada di BUMDes dan merasa tertarik dan pada akhirnya dapat merekomendasikan BUMDes Wringinputih kepada calon konsumen. Pada pemeliharaan kebun buah kelengkeng, kami melakukan pemboosteran yang dilakukan pada pohon kelengkeng yang sudah tidak memiliki pupus daun muda atau kondisi daun sudah tua. Hal ini dilakukan kami lakukan untuk mempercepat proses panen pohon kelengkeng

Hasil dari kedua metode ini menunjukkan bahwa pemasaran digital sangat penting bagi BUMDes karena hal itu akan meningkatkan akses informasi kepada calon konsumen yang baru dan dengan adanya pelatihan editing dan manajemen sosial media, kualitas sumberdaya di BUMDes juga akan meningkat dan nantinya BUMDes dapat melakukan pemasaran digital secara mandiri. Untuk *booster* pada pohon kelengkeng dinilai dapat mempercepat masa panen kelengkeng sehingga wisata petik kelengkeng bisa lebih optimal daripada sebelumnya.

Referensi

- [1] Presiden Republik Indonesia, *Undang Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2020 Tentang Cipta Kerja*. 2020.
- [2] D. A. Paninduri, "Strategi Pemasaran Usaha Perkebunan Buah Kelengkeng (*Dimocarpus Longan*) Studi Kasus di CV. Sinar Ponti Tiga Juhar Farm, Desa Rumah Sumbul, Kecamatan Sinembah Tanjung Muda Hulu, Kabupaten Deli Serdang," *J. Ilm. Mhs. Pertan. [JIMTANI]*, vol. 1, no. 4, pp. 1–14, 2021.
- [3] I. Hendrawan, "Teknologi Off-Season Tanaman Lengkeng Pada Rumah Tanaman Sebagai Upaya Memenuhi Kebutuhan Pasar," *J. WIDYA Eksakta*, vol. 1, no. 1, pp. 20–27, 2013.
- [4] R. J. Naimah, M. W. Wardhana, R. Haryanto, and A. Pebriyanto, "Penerapan Digital marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM," *J. IMPACT Implement. Action*, vol. 2, no. 2, p. 39, 2020, doi: 10.31961/impact.v2i2.844.