

Potensi Desa Tawangsari, Pengasih, Kulon Progo Era Digitalisasi

Desmond Cato Krisyudho, Johannes Rama Wijayandanu, Stefanus William Terang Wiharono, Verena Gyuneth Hayomi Pitaloka, Michael Ariawan, Samuel Yose Geogarth Tampubolon, Benedecta Cynthia Larasati, Jessica Sharon Manuhutu, Yohanes Rama Wijayandanu dan Brahma Putra Pratama

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Jalan Babarsari No. 43, Janti, Caturtunggal, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta

Email: brahma.pratama@uajy.ac.id

Received 13 Desember 2021; Revised - ; Accepted for Publication 02 Maret 2023; Published 28 Maret 2023

Abstract — Digitalization is an important point for people's lives to develop various sectors in terms of production, economy, to the commodification of community communication messages. The KKN in the pandemic era expected students to make real innovations to the community in the form of output. The potential owned by Tawangsari Village located in Pengasih District, Kulon Progo District can maximize its potential as a producer of kelengkeng. The Tawangsari village mapping method is carried out with secondary data through the Central Statistics Agency (BPS) and the village website. This article will explain the contributions made by KKN 80 students as a form of community service with a series of innovative activities. The contribution of the KKN 114 group is was to carry out the branding of longan fruit in Tawangsari Village.

Keywords — *digitization, Tawangsari, longan, branding*

Abstrak — Mengembangkan berbagai sektor baik dari sisi produksi, ekonomi, hingga komodifikasi pesan komunikasi masyarakat. KKN di era pandemi mengharapkan mahasiswa melakukan inovasi nyata kepada masyarakat berupa output. Potensi yang dimiliki Desa Tawangsari yang berada di Kecamatan Pengasih Kabupaten Kulon Progo dapat memaksimalkan potensinya sebagai penghasil kelengkeng. Metode pemetaan desa Tawangsari dilakukan dengan data sekunder melalui Badan Pusat Statistik (BPS) dan website desa. Artikel ini akan menjelaskan kontribusi yang dilakukan oleh mahasiswa KKN 80 sebagai bentuk pengabdian kepada masyarakat dengan rangkaian kegiatan yang inovatif. Kontribusi kelompok KKN 114 adalah melakukan sebuah *branding* terhadap buah kelengkeng di Desa Tawangsari.

Kata Kunci— *digitalisasi, Tawangsari, kelengkeng, branding*

I. PENDAHULUAN

Desa adalah suatu kesatuan masyarakat hukum dengan batas-batas wilayah yang diberikan kepada masyarakat setempat, berdasarkan asal-usul serta adat istiadat setempat yang diakui dan dihormati dalam sistem Pemerintahan Negara Kesatuan Republik Indonesia [11]. Desa memiliki suatu kekayaan dimana kekayaan tersebut bermacam-macam, berupa pertanian, perkebunan hingga pariwisata yang belum bernilai tambah [12]. Salah satu desa dengan potensi yang masih dapat dikembangkan lebih jauh adalah Desa Tawangsari.

Desa Tawangsari merupakan gabungan dari 2 (dua) Kelurahan, yaitu Desa Jombakan dan Desa Janturan. Penggabungan kedua kelurahan ini berdasarkan Deklarasi No. 5 Tahun 1948 oleh Pemerintah Daerah Istimewa Republik Indonesia Yogyakarta tanggal 19 April 1948 No. 05/1948 dimana bupati Kulon Progo dibagi menjadi 2 pemerintahan, yaitu Kulon Progo dan Adikarto. Kemudian, pada tahun 1952, pemerintah daerah Yogyakarta mengeluarkan Peraturan Daerah Istimewa Yogyakarta 2 Tahun 1952 menggantikan pembagian dan nomor Kapanewon-Kapanewon di Kabupaten Kulon Progo. Aturan itu antara lain penomoran kelurahan di Kabupaten Kulon Progo. Selain amandemen pernyataan pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta tanggal 19 April 1948 Nomor 05/1948 Kabupaten Kulon Progo dimekarkan menjadi 88 kelurahan dan nama Bupati Adikarto dihapuskan. Letak desa Tawangsari di pemukiman termasuk dalam wilayah kecamatan Pengasih yang meliputi desa Pandakgebangsari (Pengasih), Kedungsari, Karangsari, Tawangsari dan Sendangsari. Desa Tawangsari menduduki peringkat ke-32 se-Kabupaten Kulon Progo [1].

Desa Tawangsari memiliki beberapa potensi yang dapat dikembangkan salah satunya dari sektor pertanian dan perkebunan, dari 4907 jiwa 563 diantaranya bekerja di bidang pertanian dan perkebunan. Hasil pertanian dan perkebunan dari desa Tawangsari sangat penting bagi warga desa Tawangsari sebagai sumber penghasilan mereka sehari-hari [2]. salah satu hasil perkebunan desa Tawangsari berupa buah kelengkeng, berawal dari salah seorang warga yang menanam pohon kelengkeng, dan ternyata buah kelengkeng yang ditanamnya menjadi lebat. akhirnya warga desa Tawangsari mengusulkan kepada Dinas Pertanian dan Pangan Kabupaten Kulon Progo agar mendapat bantuan berupa bibit kelengkeng untuk masyarakat desa tawangsari. untuk kedepannya desa Tawangsari direncanakan menjadi desa wisata agro buah, jadi tidak hanya buah kelengkeng saja.

Perkebunan merupakan kegiatan pengelolaan sumber daya alam, terkait tanaman perkebunan dalam bentuk mentahan, hasil pengolahannya dalam bentuk olahan yang diawetkan ataupun produk sampingan, salah satu perkebunan yang berpotensi merupakan kelengkeng. [10]. Klasifikasi Kelengkeng termasuk kedalam tanaman keluarga *Sapindaceae* dan satu suku dengan tanaman *lychee* dan rambutan (*Nepheliaea*). Kelengkeng merupakan tanaman

daerah subtropic namun tanaman ini dapat tumbuh baik di daerah tropik. Kelengkeng memiliki sifat *biennial bearing* dimana dapat berbuah dengan hasil yang tinggi dalam satu musim serta diikuti oleh hasil berbuah yang rendah pada musim berikutnya dimana hal ini dipengaruhi oleh faktor iklim dan tanah [3]

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan bentuk usaha ekonomi produktif yang dijalankan oleh perseorangan ataupun badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria UMKM [4]. *Branding* merupakan istilah sebagai tanda dikenakan oleh suatu pengusaha, pabrik, produsen dan sebagainya pada barang dagang yang dihasilkan sebagai tanda pengenal. Penggunaan *Branding* diharapkan dapat menumbuhkan tingkat ekonomi pada daerah serta sebagai identitas agar dapat dikenal banyak orang [5]. Salah satu cara UMKM mengembangkan bangsa pasar agar dikenal oleh jaringan yang lebih luas adalah dengan penggunaan marketing dan teknologi finansial.

Pemasaran adalah suatu kegiatan, rangkaian organisasi, dan proses menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan, dan bertukar penawaran berharga untuk pelanggan, pelanggan, dan masyarakat pada umumnya [7]. Penggunaan salah satu marketing yang baik di era digitalisasi ini dengan digital marketing. Kelebihan digital marketing dari segi market yang lebih akurat, biaya terjangkau hingga mudah dibandingkan dengan konvensional menjadi nilai tambah sendiri. Salah satu pemanfaatan digital marketing adalah dengan menggunakan media sosial sebagai *platform* dalam melakukan pemasaran.

Media sosial menjadi instrumen penting sebagai fasilitator komunikasi secara dalam jaringan [6]. Media sosial menjadi dasar dalam era digitalisasi khususnya "*Society 5.0*" dimana pemasaran dengan media sosial digunakan oleh perusahaan atau organisasi sebagai sarana komunikasi dengan pelanggan. Keunggulan seperti tergabung dalam sebuah grup, membagikan foto atau video dengan cara memposting ke *platform* digital seperti ini yang menjadi pilihan teknik marketing dibandingkan dengan yang lain.

Pemakaian teknologi finansial dapat diterapkan pada digital marketing, dimana teknologi finansial ini akan memberikan stabilitas sistem keuangan, kelancaran hingga keandalan dalam sistem pembayaran [8]., selain itu teknologi finansial digital ini akan memberikan manfaat yang lebih untuk menjalankan mekanisme transaksi antara penjual serta pembeli secara spesifik melalui digital [9]. Tujuan pengabdian ini untuk mengembangkan branding dari buah kelengkeng Desa Tawang Sari untuk memaksimalkan pengembangan yang telah dilakukan sebelumnya oleh desa agar produksi serta penjualan dapat dimaksimalkan serta menambah konektivitas agar dikenal ke masyarakat luas dengan dampak meningkatkan ekonomi masyarakat Desa Tawang Sari.

II. METODE PENGABDIAN

Penelitian dilakukan menggunakan Objek Desa Tawang Sari Kecamatan Pengasih, Kabupaten Kulon Progo. Jenis penelitian dimulai dari tahap identifikasi dengan menelusuri potensi melalui media informasi dan disusun berupa Penelitian Deskriptif. Penelitian Deskriptif merupakan jenis penelitian yang bertujuan membuat deskripsi atas fenomena secara sistematis. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif.

Pengumpulan data dilakukan melalui Website Badan Pusat Statistik serta Website pemerintahan yang terkait dengan desa Tawang Sari serta studi literatur. Proses analisis data pada penelitian ini dilakukan dengan cara menganalisis data yang telah didapatkan dari berbagai sumber acuan. Penelitian ini menggunakan analisa data berupa analisis deskriptif. Dengan hasil kelengkeng adalah potensi yang dijadikan acuan dalam program kerja.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Potensi Desa Tawang Sari

Pemerintah Kabupaten Kulon Progo telah mencanangkan Desa Tawang Sari sebagai desa agrowisata, khususnya dalam budidaya kelengkeng. Kehadiran desa agrowisata ini dapat membawa manfaat bagi pengembangan pariwisata di pedesaan. Desa Agrowisata memiliki potensi dari segi pertanian dan perkebunan, yang merupakan kegiatan utama masyarakat Tawang Sari. Trik ini merupakan salah satu cara untuk melindungi budaya desa Tawang Sari dan meningkatkan perekonomian.

Banyaknya hasil alam khususnya produk lengkeng yang dihasilkan di Desa Tawang Sari menjadikan Desa Tawang Sari sebagai tempat agrowisata bagi pengunjung yang ingin berwisata sambil memetik buah lengkeng langsung dari pohonnya. Jika mengunjungi suatu objek wisata tanpa membeli oleh-oleh khas, rasanya tidak sempurna. Oleh karena itu, Desa Tawang Sari menjadi desa agrowisata, tidak lengkap rasanya tanpa adanya pusat oleh-oleh yang menjual oleh-oleh khas Desa Tawang Sari.

Ada beberapa hal yang bisa menjadi pertimbangan Desa Tawang Sari saat mengusulkan pembangunan pusat oleh-oleh. Pemerintah Kabupaten Kulon Progo telah mencanangkan Tawang Sari sebagai desa wisata pertanian, khususnya di kawasan pertanian Kelengkeng. Keberadaan desa agrowisata ini dapat kondusif untuk pengembangan pariwisata di pedesaan. Desa wisata pertanian dapat dimanfaatkan untuk kegiatan utama masyarakat Tawang Sari yaitu pertanian dan budidaya pertanian

Sejak Desa Tawang Sari menghasilkan banyak hasil alam, terutama produk kelengkeng, Desa Tawang Sari menjadi tujuan wisata pertanian bagi wisatawan yang ingin berwisata dengan memetik buah kelengkeng. Berkunjung ke suatu destinasi wisata tidak lengkap rasanya tanpa membeli oleh-oleh khas, sehingga untuk meningkatkan nilai jual dari suatu produk, diadakannya *Branding* Kelengkeng Tawang Sari yang akan menjadi ciri khas dari desa Tawang Sari.

B. Branding Kelengkeng Tawang Sari

Buah Kelengkeng yang tercakup dalam logo tersebut mewakili jenis *New Crsytal* dan *Diamond River* yang ditemukan di wilayah Tawang Sari. Penamaan merek "Tawang Sari", Anda dapat meningkatkan kesadaran akan daerah "Tawang Sari", yang memiliki potensi Kelengkeng. merek "Kelengkeng Tawang Sari" menambahkan dua cita rasa kelengkeng untuk membawa orang ke depan ketika makan *New Crsytal* atau *Diamond River* di tempat lain. Warna hijau yang digunakan pada logo melambangkan suasana alam kawasan Tawang Sari yang asri. Sejalan dengan nuansa alam tersebut, slogan "100% Fresh" berarti lengkeng yang sampai ke pembeli adalah lengkeng yang dipilih petani lengkeng Tawang Sari tanpa melalui proses yang lama untuk menjaga kualitas tetap segar.



Gambar 1. Logo Kelengkeng Tawang Sari. (Sumber: Data Primer)

C. Kemasan Kelengkeng Tawang Sari

Kemasan "Kelengkeng Tawang Sari" dikemas kedalam bentuk box plastik transparan. Pemilihan box plastik transparan memiliki tingkat efisiensi yang tinggi sebab kemasan akan mudah dibawa dan bahan yang lebih halus. Box dengan warna transparan akan memperlihatkan kualitas kelengkeng dari Desa Tawang Sari yang terjaga.



Gambar 2. Kemasan Kelengkeng Tawang Sari (Sumber: yellowimages.com)

D. Teknik Pemasaran.

Pemasaran dengan Brand "Kelengkeng Tawang Sari" akan dipasarkan melalui media *marketplace* seperti Tokopedia, Lazada, Shopee, Bukalapak hingga Blibli. Pemanfaatan media *Marketplace* tersebut memiliki keuntungan seperti memudahkan penjual dalam mendapatkan target pembeli yang dituju sehingga lebih memdudahan dalam menjual kelengkeng Tawang Sari serta menjangkau masyarakat baik dari dalam ataupun di luar Yogyakarta.

D. Pemanfaatan Sosial Media.

Branding "Kelengkeng Tawang Sari" alangkah baiknya bila sebarluaskan melalui *platform* digital yang sering digunakan oleh konsumen. Pemanfaatan *platform* seperti Instagram, Facebook, hingga Whatsapp menjadi salah satu *media* pemasaran baik dalam berkomunikasi dengan konsumen. Dasarnya pemanfaatan media sosial dengan memasukkan foto brand ke *platform* media sosial akan menjangkau pasar luas serta target pemasaran lebih akurat bila dibandingkan dengan media prmosi lainnya. Kelebihan dari sosial media dimudahkan dalam mendapatkan *feedback* dari para konsuen secara langsung sehingga baik kualitas dari segi *packaging*, buah, rasa hingga pelayanan yang diberikan oleh UMKM pada Desa Tawang Sari dapat termonitor secara langsung.

Kelemahan terkait dengan penggunaan sosial media ini adalah persaingan yang cukup ketat. UMKM khususnya pengelola sosial media dapat menampilkan promosi yang menarik sebagai alat promosi. Kelengkapan informasi baik biografi, *feeds*, desain, *font* mudah dibaca, konsistensi *upload* hingga relasi antar konsumen dijaga. Hal tersebut dipelajari agar manfaat kegiatan promosi dapat dirasakan secara nyata.

IV. KESIMPULAN

Tawang Sari, dengan potensi yang tinggi disektor perkebunan dan pertanian dapat dijadikan sebagai Desa agrosiwata yang dapat mendukung pertumbuhan perekonomian masyarakat sekitar. Tentu hal ini diperlukannya dukungan serta Kerjasama yang terjalin dari pihak Pemerintah serta masyarakat sehingga dapat terciptanya desa yang memiliki nilai jual, khususnya potensi kelengkeng Tawang Sari. Dengan adanya Potensi seperti Kelengkeng tentu dapat dimaksimalkan dengan cara pembentukan suatu *Branding* dengan merek "Kelengkeng Tawang Sari" serta kemasan yang menarik.

Pembentukan *branding* serta pengemasan yang unik akan berpengaruh terhadap nilai jual suatu produk. Pembentukan *brand* produk didukung pula oleh Teknik pemasaran agar *brand* Tawang Sari tersebar luas di media digital. Pembentukan hingga Teknik pemasaran yang dilakukan secara inovatif akan meningkatkan pendapatan produk tersebut sehingga berpengaruh terhadap peningkatan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat sebagai desa agrowisata.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang turut serta dalam menyelesaikan artikel ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] BPS Kabupaten Kulon Progo, “Kapanewon Pengasih Dalam Angka 2020 | i,” p. 146, 2020.
- [2] “SISTEM INFORMASI KELURAHAN TAWANGSARI,” 5 Maret 2021, 2021. <http://tawang Sari-pengasih.desa.id/index.php/artikel/2019/3/5/sejarah-desa>.
- [3] I. Hendrawan, “Teknologi off-season Tanaman Lengkeng pada Rumah Tanaman sebagai Upaya Memenuhi Kebutuhan Pasar,” *E-Jurnal WIDYA Eksakta*, vol. 1, no. 1, pp. 21–27, 2013.
- [4] F. D. Anggraeni, I. Hardjanto, and A. Hayat, “Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Melalui Fasilitasi Pihak Eksternal Dan Potensi Internal,” *J. Adm. Publik*, vol. 1, no. 6, pp. 1286–1295, 2013, doi: 10.31949/jb.v2i4.1525.
- [5] B. . Prasetyo and N. . Febriani, *Strategi Branding: Teori dan Perspektif Komunikasi dalam Bisnis*. Malang: UB Press, 2020.
- [6] A. Russo, J. Watkins, L. Kelly, and S. Chan, “Participatory Communication with Social Media,” *Curator Museum J.*, vol. 51, no. 1, pp. 21–31, 2008, doi: 10.1111/j.2151-6952.2008.tb00292.x.
- [7] G. Elliott, S. Rundle-Thiele, and D. Waller, *Marketing*. Wiley, 2014.
- [8] B. Indonesia, “Teknologi Finansial (Fintech),” 2020. <https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/sistem-pembayaran/ritel/financial-technology/default.aspx>.
- [9] O. J. Keuangan, “Financial Technology - P2P Lending,” 2017. <https://www.ojk.go.id/id/kanal/iknb/financial-technology/default.aspx>.
- [10] Government of Indonesia, “Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 39 Tahun 2014 Tentang Perkebunan,” *Undang-undang*, no. 1, pp. 1–50, 2014.
- [11] P. Hervás, R. & Millares, “Undang-Undang No 32 Tahun 2004 Tentang Pemerintah Daerah,” *CWL Publ. Enterp. Inc., Madison*, vol. 2004, p. 352, 2004, [Online]. Available: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/cbdv.200490137/abstract>.
- [12] K. Keahlian, B. Mikroba, S. Bisnis, and M. Itb, “MODEL DESA VOKASI DALAM PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DAN Pingkan Aditiawati , Dea Indriani Astuti , Gede Suantika , Togar M . Simatupang PENDAHULUAN Potensi lokal adalah kekayaan alam , budaya , dan SDM pada suatu daerah . Potensi alam di suatu daerah bergantu.”

PENULIS



Benedecta Cynthia Larasati, prodi Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.



Desmond Cato Krisyudho, prodi Teknobiologi, Fakultas Teknobiologi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.



Jessica Sharon Manuhutu, prodi teknik sipil, Fakultas Teknik, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.



Johanes Rama Wijayandanu, prodi Akuntansi, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Michael Ariawan, prodi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Desmond Cato Krisyudho, prodi Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Stefanus William Terang Wiharono, prodi Informatika, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Verena Gyuneth Hayomi Pitaloka, prodi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Yohanes Victor Birmantoro, prodi Arsitektur, Fakultas Teknik, Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Brahma Putra Pratama Dosen prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Atma Jaya