

PENINGKATAN KETRAMPILAN PEMASARAN DIGITAL MELALUI INOVASI VILLEX (*VIRTUAL VILLAGE EXPLORATION*) DI KAMPUNG KEPOH

Tatas Transinata¹, Shinta Pratiwi¹, Ahmad BH Kuncoro²

¹Teknik Sipil, Fakultas Teknik, Universitas Semarang, Indonesia

²Psikologi, Fakultas Psikologi, Universitas Semarang, Indonesia

Corresponding author : Tatas Transinata

E-mail : tatastransinata@gmail.com

Diterima 03 November 2023, Direvisi 15 Desember 2023, Disetujui 15 Desember 2023

ABSTRAK

Teknologi memiliki potensi dan fungsi untuk membantu sekaligus memajukan sebuah peradaban dan masyarakat. Inovasi dari teknologi tersebut dapat dimanfaatkan untuk mengoptimalkan dan mengeksplorasi Kampung yang memiliki kekayaan dan potensi di dalamnya. Salah satunya adalah Kelompok Kampung Wisata Kepoh Nongkosawit yang didalamnya memiliki keunikan berupa 90% masyarakatnya adalah pelaku usaha ekonomi mandiri. Pada tiap rumah mereka memiliki usaha masing – masing antara lain kuliner, snack, souvenir, handicraft, kelontongan, edukasi, dan olahan hasil bumi. Tujuan dari Pengabdian kepada Masyarakat ini adalah memberikan pelatihan tentang Aplikasi VILLEX (Virtual Village Exploration) untuk meningkatkan ketrampilan pemasaran dan eksplorasi potensi wilayah Kampung Wisata Kepoh Nongkosawit. Inovasi ini memberikan data yang sangat detail dan jelas kepada pengguna dan konsumennya, di dalamnya terdapat menu Virtual Village, Scan Barcode untuk ekspo Wisata, profile, akses lokasi, media sosial, dan menu produk. Metode kegiatan pengabdian ini berupa pelatihan, sosialisasi, dan pendampingan pemanfaatan inovasi VILLEX. Peserta pada pengabdian ini berjumlah 15 Badan Usaha yang berada satu wilayah Kampung Kepoh. Metode pengabdian menggunakan sosialisasi, pelatihan dan evaluasi berkelanjutan. Pengabdian ini memberikan peningkatan ketrampilan dan pengetahuan mengenai pemasaran dan eksplorasi wilayah. Dengan adanya VILLEX pelaku usaha menjadi lebih terampil, mandiri, berdaya, dan produknya lebih banyak dikenal.

Kata kunci: VILLEX; virtual village; kepo; nongkosawit

ABSTRACT

Technology has the potential and function to help and advance civilization and society. Innovations from this technology can be used to optimize and explore villages that have wealth and potential within them. One of them is the Kepoh Nongkosawit Tourism Village Group, which is unique in that 90% of its people are independent economic entrepreneurs. In each house they have their own businesses, including culinary, snacks, souvenirs, handicrafts, grocery, education and processed agricultural products. The aim of this Community Service is to provide training on the VILLEX (Virtual Village Exploration) Application Innovation to improve marketing skills and explore the potential of the Kepoh Nongkosawit tourist village area. This innovation provides very detailed and clear data to users and consumers, in which there is a Virtual Village menu, Scan Barcodes for tourism expos, profiles, location access, social media and product menus. The method of this service activity is in the form of training, socialization and assistance in the use of VILLEX innovation. Participants in this service numbered 15 Business Entities located in the Kampung Kepoh area. The service method uses outreach, training and continuous evaluation. This service provides increased skills and knowledge regarding regional marketing and exploration. With VILLEX, business actors become more skilled, independent, empowered, and their products are more widely known.

Keywords: VILLEX; virtual village; kepo; nongkosawit

PENDAHULUAN

Kecamatan Gunungpati berada di bagian selatan Kota Semarang bagian atas dengan landscape pegunungannya. Kecamatan Gunungpati dekat dengan kaki Gunung Ungaran yang berlokasi di Kabupaten

Semarang dengan ketinggian 259 meter. Kondisi tersebut membuat wilayah Gunungpati berudara sangat sejuk karena tanahnya berada pada posisi yang tinggi. Luas wilayah keseluruhan sebesar 5.399,085 Ha yang didalamnya terdapat 14 kelurahan. Tanah yang

subur menjadikan Kecamatan ini menghasilkan banyak hasil bumi. Salah satu Kelurahan yang unik dan maju adalah Kelurahan Nongkosawit yang merupakan kelurahan paling maju dan memiliki banyak potensi alam dan wisata. Sebagian besar penduduk Nongkosawit bermata pencaharian bertani, berdagang, dan mengolah potensi alam sehingga kelurahan Nongkosawit memiliki banyak usaha UMKM yang bergerak dalam kuliner, Kampung wisata, dan olahan hasil bumi. Kampung wisata memiliki lingkungan yang memiliki daya tarik dengan keunggulan seperti budaya, adat istiadat, alam, perkenomanian, serta kekayaan alam yang berciri dan memiliki suatu tema (Djuwendah et al., 2024).



Gambar 1. Peta Potensi Wisata Kampung Kepoh Nongkosawit.

Kelurahan Nongkosawit yang memiliki potensi Kampung wisata merupakan salah satu kelurahan di Gunungpati yang tergabung dalam Program Ayo Wisata Ke Semarang. Salah satu Kampung yang sangat terkenal adalah Kampung Kepoh yang memiliki potensi yang terus berkembang, meliputi potensi sumber daya alam dan sumber daya manusia. Keunggulan tersebut seharusnya dapat dimanfaatkan dengan baik oleh warga sekitar atau melalui pemerintah terkait agar kedepannya menjadi manfaat untuk bersama. Bila pembangunan serta pengembangan wisata direncanakan serta ditunjukkan dengan benar, hingga akan memperoleh beberapa keuntungan dan manfaat (Publik, 2023). Kampung wisata Kepoh Nongkosawit memiliki 60 KK yang mayoritas di tiap rumahnya memiliki usaha mandiri yang terdiri dari Terdapat tujuan pariwisata berkelanjutan yaitu: “*economic viability, local prosperity, employment quality, sosial equity, visitor fulfilment, local control, community wellbeing, cultural richness, physical integrity, biological diversity, resource efficiency, environmental purity*” (Rifai, 2017).

Tabel 1. Daftar Rumah Usaha di Kampung Kepoh

<u>Jumlah Rumah</u>	<u>Potensi Wisata</u>
5	<u>Rumah Jajanan Tradisional,</u>
3	<u>Rumah Kuliner,</u>
10	<u>Rumah Olahan Hasil Bumi,</u>
3	<u>Rumah Handicraft,</u>
3	<u>Rumah Kelontongan,</u>
2	<u>Rumah Edukasi,</u>
1	<u>Rumah Sehat, dan</u>
2	<u>Rumah Handicraft</u>

Kampung Wisata Kepoh sangat sesuai dengan SDGs yang bermanfaat juga untuk implementasi inovasi yang dimiliki Perguruan Tinggi. Peningkatan potensi Kampung akan menjadi sangat signifikan dengan adanya dukungan teknologi. Sebagaimana kita ketahui teknologi saat ini memiliki fungsi yang sangat besar terutama dalam penyebaran informasi. Teknologi yang saat ini berkembang menjadi strategi utama dalam pemasaran, pengoperasian, informasi, sekaligus media berinteraksi antar sesama pelaku usaha (Rachmat et al., 2022).



Gambar 2. Salah satu Kampung Tematik di Kecamatan Nongkosawit.

Teknologi informasi juga membantu Kampung wisata dalam menjangkau calon pengunjung lebih luas ke seluruh Indonesia bahkan dunia. Strategi promosi lainnya yaitu melalui media sosial yang dapat menjangkau kalangan tua dan muda serta tidak terbatas wilayah (Ismailia et al., 2021). Banyak strategi dan bentuk di dalam teknologi yang terkait dengan penyebaran informasi, antara lain pemanfaatan Media Sosial, *Internet Blogging*, atau *YouTube Video*. Platform tersebut terbukti efektif untuk menyebarkan informasi sekaligus menarik minat orang untuk datang berwisata. Oleh karena itu peran teknologi penting untuk pemasaran yang dapat digunakan untuk komunikasi pemasaran yang mengacu pada pemasaran berbasis internet. Teknologi memainkan peran yang semakin meningkat untuk mendapatkan pengalaman berwisata atau *tourist experience* (Jamilah et al., 2023). Namun fungsi teknologi tersebut ternyata belum sepenuhnya dapat diterapkan di Kampung Wisata Kepoh sehingga ini menjadi permasalahan utama yang akan dikerjakan oleh tim pengusul. Masyarakat pelaku usaha di Kampung Wisata Kepoh Nongkosawit memiliki

permasalahan yang sangat mendasar yaitu mereka tidak dapat memasarkan potensi Kampung yang mereka miliki secara optimal. Permasalahannya adalah pemasaran masih menggunakan metode yang konvensional dan sederhana yaitu dari mulut ke mulut. Para pelaku usaha tidak mengetahui bagaimana menggunakan Media Online dengan baik sehingga potensi yang mereka miliki sangat terbatas untuk diketahui oleh orang luar.



Gambar 3. Rumah Wisata Handicraft dan Rumah Hasil Bumi yang kurang optimal

Permasalahan selanjutnya adalah kegiatan pemasaran tidak berjalan dengan maksimal. Aspek promosi dan *Product Knowledge* masih sangat sederhana karena belum ada narasi atau deskripsi yang menarik. Di sisi lain para pelaku tidak memiliki ruang fisik maupun maya untuk mengeksplorasi keunggulan atau produk yang mereka miliki. Hal inilah yang membuat potensi besar Kampung tersebut menjadi terhambat dan tidak dapat berkembang dengan baik.

Mitra pada kegiatan pengabdian ini adalah Kelompok Pelaku Usaha Kampung Wisata Kepoh Nongkosawit. Kampung wisata tersebut diketuai oleh Bapak Arifin yang bertugas untuk mengkoordinasi, memberikan arahan, dan merancang kemajuan di Kampung Kepoh ini. Usaha yang dimiliki oleh Bapak Arifin adalah Rumah Edukasi, dimana rumah ini digunakan untuk penyelenggaraan seminar, pelatihan, rapat, dan juga expo UMKM. Sehingga dengan berkerja sama dengan Mitra melalui Bpk Arifin maka pengabdian ini akan tepat sasaran dan berjalan dengan baik.



Gambar 4. Rumah Edukasi Bp Arifin Pusat dan Ekspo Kampung Wisata

Berdasar beberapa permasalahan di atas maka diperlukan teknologi yang tepat guna, telah teruji, dan mudah digunakan (Qadiri & Wicaksono, 2023). Adapun inovasi teknologi yang akan dimanfaatkan pada pengabdian ini adalah *Virtual Village Exploration (VILLEX)*. Fungsi dari aplikasi ini dapat digunakan untuk mengeksplorasi dan memasarkan potensi Kampung wisata secara detail dan menarik. Tujuan selanjutnya adalah untuk meningkatkan keterampilan pelaku usaha dalam membuat *Product Knowledge* atau Informasi detail tentang rumah wisata dan produk yang dimiliki melalui aplikasi VILLEX. Hal ini merupakan bentuk dari IKU ke- 3 dan 5 yaitu dosen mengaplikasikan inovasi temuan dosen (VILLEX) kepada masyarakat dan dapat memberikan pelatihan di luar kampus kepada masyarakat. Pengabdian ini akan menjadi sarana mahasiswa ikut berkolaborasi melakukan pengabdian ke masyarakat sehingga memiliki nilai pada SKPI dan MBKM.

Fokus pengabdian ini adalah pemberian pelatihan terkait peningkatan keterampilan pelaku usaha melalui penggunaan aplikasi VILLEX dalam rangka mempromosikan kekayaan dan potensi Kampung. Hal tersebut juga akan menambah jumlah kerjasama Perguruan Tinggi dengan mitra pada kegiatan pengabdian (IKU 18). Materi selanjutnya adalah meningkatkan keterampilan dalam mengoptimalkan usaha dan produk mereka berbasis teknologi, dengan pendekatan psikologi industri oleh pakar psikolog dari tim pengabdian. Materi berikutnya terkait dengan eksplorasi penggalian kekayaan potensi Kampung melalui VILLEX, sehingga pendekatan materi dengan ilmu teknologi dan sipil yang akan diberikan oleh Tim pengabdian pakar teknologi SDA.

Kampung Wisata Kepoh Nongkosawit memiliki potensi kepariwisataan dalam bidang potensi olahan hasil bumi. Namun, pada sisi lain warga tidak memiliki pengetahuan dan ketrampilan terkait pengembangan Kampung Wisata mereka. Adapun beberapa masalah yang dihadapi adalah Pelaku usaha kurang

dapat memanfaatkan teknologi pemasaran berbasis digital.

Rumah wisata di Kampung Kepoh tidak banyak yang mengoptimalkan fungsi teknologi untuk melakukan pemasaran. Masalah teknologi dikarenakan warga tidak tahu mengenai platform yang akan digunakan dan tidak tahu bagaimana strategi memasarkan melalui media sosial. Oleh karena itu melalui pelatihan pemanfaatan inovasi tim pengusul VILLEX diharapkan masyarakat dapat memasarkan produk melalui media Virtual atau Online. Hal ini juga sesuai dengan IKU terkait pemanfaatan hasil Inovasi dosen yang dapat digunakan oleh Masyarakat.

METODE

Pemecahan permasalahan untuk peningkatan potensi Kampung Wisata Kepoh Nongkosawit dapat dilakukan dengan beberapa pendekatan, yaitu:

- a) Berbasis pelaku usaha kampung Kepoh. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan kepada 20 orang pelaku usaha di kampung wisata yang terdiri dari 5 orang pengurus, 10 pelaku UMKM, dan 2 Pemuda sebagai penggerak dan operasional kampung tematik.
- b) Komprehensif. Pengabdian yang dilakukan secara bersamaan ini meliputi SDM, eksplorasi, pembuatan narasi, dan pemasaran. Hal tersebut dilakukan melalui pelatihan dan pendampingan.

Tahapan Pelaksanaan

Untuk meningkatkan potensi Kampung Wisata tersebut maka tim pengusul mengimplementasikannya ke 5 tahapan yaitu :

- a) Pendekatan Masalah
- b) Sosialisasi,
- c) Peningkatan Kompetensi,
- d) Produksi/Pelaksanaan,
- e) Monitoring dan Evaluasi.

Tabel 2. Tahapan Pelaksanaan

No	Tahapan	Tujuan	Metode
1.	Pendekatan Masalah	Tim mendapatkan permasalahan dan strategi pemecahan masalah yang dihadapi oleh Kampung wisata yaitu kendala dalam mendeskripsikan dan mengeksplorasi potensi yang mereka miliki. Pelaku umkm tidak tahu bagaimana promosi dengan memanfaatkan teknologi	- Observasi - Interview - Dokumentasi
2.	Sosialisasi	Pelaku kampung wisata memahami pentingnya teknologi untuk memasarkan produk dan mengetahui alur kegiatan pengabdian.	- Ceramah - Motivasi - Diskusi
3.	Peningkatan Kompetensi	Pelaku kampung wisata dapat handal dalam memanfaatkan teknologi untuk mengeksplorasi potensi wilayah dan terampil dalam membuat product knowledge	- Pembuatan aplikasi - Pelatihan penggunaan aplikasi - Diskusi
4.	Pelaksanaan Kegiatan	Pelaku usaha memiliki teknologi dalam memasarkan dan memanfaatkan VILLEX untuk kebutuhan eksplorasi potensi wilayah	- Pembuatan aplikasi - Pelatihan penggunaan aplikasi - Diskusi
5.	Monitoring dan Evaluasi	Mengetahui proses berjalannya kegiatan dan dapat melakukan perbaikan	- Observasi - Interview

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasar pada metode dan program kegiatan yang telah direncanakan oleh tim maka terdapat beberapa hasil sebagai berikut:

a. KEGIATAN PERTAMA : Pendekatan Masalah

Permasalahan yang ada pada Kampung Tematik Kepoh berawal dengan kurang adanya koordinasi dan perhatian yang lebih dari berbagai pihak. Seperti yang diketahui sesuai dengan data di latar belakang

bahwasannya Kampung Kepoh memiliki potensi usaha yang sangat besar dan warganya mampu melakukan perekonomian secara mandiri. Warga yang ada di Kepoh tidak hanya mengandalkan kesehariannya pada pekerjaan harian seperti bangunan atau menjadi buruh di kota Semarang, mereka lebih memilih untuk melakukan perputaran ekonomi di sekitar Gunungpati dan Ungaran. Melihat hal tersebut maka tim mencoba melakukan pendekatan masalah dengan dua metode yaitu observasi

dan interview, adapun hasilnya adalah sebagai berikut:

1) **Pelaku usaha tidak memiliki kemampuan dalam membuat *Product Knowledge***

Kampung Wisata Kepoh Nongkosawit telah memulai pengembangan potensi Kampungnya sejak tahun 2015 dengan mengandalkan kekayaan potensi hasil buminya. Warga di Kampung tersebut memulainya dengan mandiri dan belum pernah mendapat pelatihan atau perhatian dari pemerintah setempat. Akibat dari tidak adanya perhatian tersebut adalah produk atau rumah wisata yang mereka miliki kurang terkelola dengan baik. Warga **kurang tahu bagaimana cara membuat *Product knowledge*** terkait produk olahan mereka atau materi mengenai rumah wisata mereka.

2) **Pelaku usaha kurang dapat memanfaatkan teknologi pemasaran berbasis digital**

Rumah wisata di Kampung Kepoh tidak banyak yang mengoptimalkan fungsi teknologi untuk melakukan pemasaran. Masalah teknologi dikarenakan warga **tidak tahu mengenai platform** yang akan digunakan dan tidak tahu bagaimana **strategi memasarkan melalui media sosial**. Oleh karena itu melalui pelatihan pemanfaatan inovasi tim pengusul *VILLEX* diharapkan dapat mengatasi persoalan tersebut. Hal ini juga sesuai dengan IKU terkait pemanfaatan hasil Inovasi dosen yang dapat digunakan oleh Masyarakat.

3) **Pelaku usaha kurang memiliki pengetahuan tentang strategi untuk mengeksplorasi potensi Kampung Wisata**

Potensi yang dimiliki Kampung Kepoh tidak dapat terkenal dengan baik dikarenakan kurangnya strategi dalam mengenalkan dan mengeksplorasi wilayah. **Warga tidak membuat keterangan dan deskripsi yang detail** terkait wilayah dan lokasi Kampung mereka sehingga pengunjung dan wisatawan tidak tahu produk mereka. Tim pengusul pada pengabdian ini adalah ahli dalam Teknik sipil dan perencanaan wilayah sehingga diharapkan warga mendapat pengetahuan bagaimana mengeksplorasi wilayah mereka

b. **KEGIATAN KEDUA : Diskusi dan Sosialisasi**

Setelah tim melakukan Analisa dan mengetahui permasalahan yang ada maka tim melakukan diskusi dan sosialisasi kepada masyarakat Kampung Kepoh. Kegiatan ini merupakan bentuk penggalian data permasalahan dan mencari jalan keluar terhadap permasalahan yang terkait dengan teknologi untuk pelaku usaha tersebut. Diskusi dan sosialisasi ini bertujuan untuk memberikan masukan kepada warga agar lebih terbuka terhadap Teknologi dan mau memanfaatkan secara maksimal media – media yang telah ada. Diskusi dan sosialisasi dilakukan secara bertahap, yaitu:

Tabel 3. Peserta Diskusi dan Agenda Kegiatan

Hari	Lokasi	Peserta	Agenda
16 Sept. 2023	Rumah Bp Saryadi	15 Orang	Diskusi mengenai sejauh mana pemanfaatan teknologi
23 Sept. 2023	Rumah Bp Arifin	18 Orang	Sosialisasi adanya kegiatan PkM Villex 5.0

Hasil dari diskusi dan sosialisasi tersebut menyatakan bahwa banyak warga yang tidak paham adanya teknologi yang dapat meningkatkan promosi penjualan mereka. Koordinator kelompok usaha juga belum mengetahui pentingnya media social untuk mengenalkan Kampung Tematik Ekonomi Mandiri kepada umum, yang dimana kedepannya kampung ini dapat menjadi kampung yang berkembang dan memberikan kesejahteraan lebih kepada warganya. Dengan menggunakan internet sebagai media dalam perdagangan, UMKM memiliki peluang yang sangat besar dalam kontribusi rantai perekonomian global, karena dapat menjual produknya lebih cepat (Laila & Rochmaniah, 2024).

Pengetahuan 15 warga mengenai teknologi untuk meningkatkan potensi kampungnya sebelum dan setelah adanya sosialisasi terekam dalam data sebagai berikut:

Tabel 4. Persentase peningkatan pengetahuan

No	Komponen	Persentase	
		Pre	Post
1.	Memiliki pengetahuan tentang penggunaan internet terutama pada media social.	20%	87%
2.	Menguasai lebih dari 3 Media social.	20%	80%

No	Komponen	Persentase	
		Pre	Post
3.	Aktif di akun media social.	20%	67%
4.	Bertransaksi online (online shopping)	33%	87%
5.	Pengetahuan website media social mendukung sebagai tempat promosi atau berbelanja online.	53%	100%
6.	Digital marketing media social dapat memberikan informasi dengan jelas.	20%	80%
7.	Menggunakan digital marketing untuk melakukan promosi.	20%	80%
8.	Digital marketing memiliki tampilan yang menarik sehingga merasa penjualan meningkat.	20%	67%
9.	Menggunakan digital marketing lebih menghemat biaya dan waktu dalam melakukan promosi.	20%	93%
10.	Penjualan mengalami peningkatan.	20%	80%
11.	Pangsa pasar semakin meningkat.	20%	93%
12.	Terjadi peningkatan pendapatan	20%	67%
	Rata – rata	23%	81,75%

Pada tahap diskusi dan sosialisasi ini terdapat peningkatan pengetahuan dari semula 23% menjadi 81,75% setelah diberikan sosialisasi terkait pentingnya teknologi.

c. KEGIATAN KETIGA : Pelatihan untuk Peningkatan Kompetensi

Untuk meningkatkan kompetensi para pelaku usaha maka tim memberikan pelatihan yang berupa teori dan juga praktik, adapun pelatihan tersebut adalah :

- 1) Pemberian materi dan pelatihan tentang *Product Knowledge* yang detail dan menarik terkait Kampung Wisata Kepoh

Tim pengabdian memberikan pelatihan tentang *product knowledge* dengan materi mengenai karakteristik dan spesifikasi produk, wawasan manfaat produk, pengetahuan kepuasan produk konsumen, Kampungin atau model produk, proses produksi, dan perbandingan dengan Kompetitor.

Tujuan dengan diberikannya materi dan keterampilan ini adalah pelaku usaha mampu meningkatkan *Product Knowledge* mereka sehingga produk mereka lebih dikenal dan meningkatkan pendapatan. Target luaran dari kegiatan ini adalah pelaku usaha dapat membuat tulisan dan deskripsi produk mereka dengan baik di aplikasi VILLEX.

- 2) Pemberian ketrampilan tentang pemanfaatan Teknologi untuk pemasaran produk

Pelaku usaha Kampung Wisata Kepoh diberikan materi mengenai bagaimana memanfaatkan teknologi untuk memasarkan produk mereka dalam hal ini melalui alat VILLEX. Materi yang diberikan berupa SEO (Search Engine Optimization), integrasi VILLEX

dengan periklanan online seperti FB ads dan Google Ads, promosi media cetak, iklan televisi dan radio, billboard elektronik, email marketing, dan mobile marketing. Dalam era digitalisasi yang semakin pesat, pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) menjadi kunci dalam mengoptimalkan potensi pariwisata desa wisata (Rahmawati, 2024). Salah satu upaya penting dalam Tujuan dari kegiatan ini adalah pelaku dapat meningkatkan pemasaran mereka yang konvensional berganti berbasis teknologi, sehingga produk mereka dapat diakses dan dipesan oleh konsumen secara luas. Target luaran dari kegiatan ini adalah pelaku usaha dapat membuat promosi produk mereka di tiga media yaitu VILLEX, Instagram atau Facebook, dan Blog.

- 3) Pemberian pelatihan mengenai ketrampilan mengeksplorasi menggunakan VILLEX

Wilayah Kampung Wisata Kepoh Nongkosawit memiliki potensi wisata yang besar sehingga perlu adanya Materi eksplorasi potensi local melalui VILLEX adalah pengelolaan potensi sumber daya alam, update teknologi, pembuatan peta, lokasi, tata Kampung wisata, sarana dan prasarana, dan pencarian investasi di pasar modal.

Tujuan dari kegiatan ini adalah warga dapat mengeksplorasi potensi Kampung yang ada dan mengembangkan yang sudah ada. Target luaran dari kegiatan ini adalah semakin baiknya situs – situs potensi wisata dan adanya sarana pendukung berbasis teknologi.



Gambar 5. Peta VILLEX Potensi Kampung Tematik Kepoh

d. KEGIATAN KEEMPAT : Pelatihan Penggunaan VILLEX

VILLEX merupakan inovasi yang diciptakan oleh Tim pengusul dengan tujuan memberikan kemudahan bagi pelaku usaha untuk mendeskripsikan, mempromosikan dan mengatur usaha yang mereka jalankan.

Untuk melaksanakan kegiatan tersebut digunakan beberapa metode pelatihan, yaitu: pertama Metode ceramah, dipilih untuk memberikan penjelasan bagi para pelaku UMKM Kampung Kepoh untuk mengetahui aplikasi VILLEX dan mengaplikasikannya di dunia usaha. Kedua Metode tanya jawab, *Focus Group Discussion* dan diskusi sangat penting bagi para peserta pelatihan, baik di saat menerima penjelasan tentang topik yang dibahas serta saat mempraktekkannya. Ketiga, metode simulasi ini sangat penting diberikan kepada para peserta pelatihan untuk memberikan kesempatan mempraktekkan materi pelatihan yang diperoleh.

Evaluasi proses dan hasil (pencapaian tujuan pelatihan) dilakukan dengan angket tanya jawab, dan observasi. Sedangkan evaluasi aspek penyelenggaraan pelatihan dilakukan dengan pemberian angket yang berisi indikator keberhasilan dalam pelaksanaan pelatihan menggunakan aplikasi VILLEX. Tim menggunakan 2 metode, yaitu: pertama, evaluasi selama proses pelatihan. Evaluasi saat pelaksanaan pelatihan meliputi, keterlibatan dan kemampuan peserta setiap tahap pelatihan. Pada tahap akhir, peserta diharapkan dapat memanfaatkan aplikasi VILLEX untuk membuat media

promosi. Kedua, Evaluasi Pasca Pelatihan Keberhasilan kegiatan pengabdian masyarakat ini akan dievaluasi berdasarkan taraf penyelesaian materi pelatihan, dan Tim Pengabdian akan melakukan evaluasi dengan mengamati dan memeriksa hasil Kampung pemanfaatan aplikasi VILLEX dalam pembuatan media pemasaran.



Gambar 6. Publikasi Media sebagai bukti pelaksanaan kegiatan

Pelatihan berjalan dengan baik, dari pihak mitra menyambut dengan baik program pengabdian. pelatihan VILLEX diharapkan dapat mampu membantu mengenalkan produk ke ranah yang lebih luas. Digital marketing yang menjadi program pengabdian masyarakat berisi tentang pemaparan materi bagaimana cara mengoperasikan aplikasi berbasis online untuk kebutuhan penjualan produk seperti Facebook, Instagram, Whatsapp Business, hingga Google My Bussiness. Pendampingan ini diharapkan dapat langsung pada teknis permasalahan di lapangan. Pendampingan optimalisasi digital marketing dapat memberikan pengalaman praktis kepada Kampung Tematik Kepoh. Kemampuan digital adalah kemampuan lintas fungsional dalam proses, praktik, dan koneksi pelanggan yang dimungkinkan oleh media digital dan infrastruktur (Sihite, 2023).



Gambar 7. Gambaran IPTEK tentang Aplikasi VILLEX 5.0

Tim Pengabdian mendampingi dalam hal praktik penggunaan digital marketing yaitu optimalisasi VILLEX. Proses kegiatan ini berjalan lancar dan sudah mencapai 100%. Telah dilakukan monitoring dan evaluasi. Kegiatan ini melibatkan partisipasi mitra dalam hal penyediaan tempat, pemberian masukan-masukan yang dibutuhkan dalam pengembangan usaha UMKM sebagai bahan evaluasi. Pada sesi ini peserta diajarkan untuk menggunakan VILLEX yang memiliki beberapa fitur, yaitu:

- 1) Virtual Village
Virtual Village adalah menu yang berisi video tour di wilayah tersebut. Video ini akan menjadi sangat menarik sekali karena berisi ulasan secara umum hingga ke proses pembuatan produk sehingga pengunjung dapat benar-benar merasa di dalamnya.
- 2) Profile
Pada menu ini user mengisikan identitas apa saja yang terkait dengan wilayah yang akan dieksplorasi. Identitas mencakup nama, luas, lokasi, stakeholder, dan narahubung.
- 3) Resources
Menu Resources pada VILLEX mengulas tentang potensi yang ada di wilayah tersebut. Resources dibagi menjadi 2, yaitu (1) Natural Resources, yang berisi tentang potensi sumber daya alam apa saja yang ada di wilayah itu. SDA yang ada dapat berupa hasil bumi yang masih mentah ataupun olahan yang sudah jadi. User dapat memberikan deskripsi dan foto untuk menarik minat pengunjung. (2) Human Resources, berisi potensi Sumber Daya Manusia yang

ada pada wilayah tersebut. SDM yang dimaksud dapat berupa jasa, tenaga pelayanan, tour guide, atau skill yang menjual. Pada menu resources ini tim akan banyak memberikan pelatihan terhadap Penggiat wisata agar mereka dapat membuat narasi dan deskripsi yang menarik dari wilayahnya.

- 4) Fun Fact
Fun fact berisi tentang data – data menarik Kampung wisata atau wilayah yang diulas. Fun Fact ini akan membuat pengunjung lebih tertarik ke Kampung wisata karena terdapat banyak hal unik yang diulas dan hanya ditemui di Kampung tersebut.
- 5) Gallery
Selain ada Virtual Village, maka aplikasi ini menyuguhkan Gallery yang berisi media foto dan video. Media tersebut tidak hanya diunggah oleh Penggiat namun juga oleh pengunjung saat datang ke lokasi. Hal ini akan membuat pengunjung lain merasa yakin dan tertarik dengan kegiatan yang ada.
- 6) Reservation & Sosial Media
Setelah pengunjung tahu mengenai Kampung Wisata, maka pengunjung dapat memesan produk dan sekaligus memesan paket wisata. Pada menu ini pengunjung juga dapat langsung terhubung dengan media sosial yang dimiliki tiap Rumah Wisata. Media sosial ini dapat membagikan juga promosi dan pemasaran

Adapun hasil yang di capai dalam program pengabdian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5. Capaian Hasil Keterlaksanaan Program

No	Jenis Kegiatan	Partisipasi Masyarakat	Capaian Hasil	Keterangan
1.	Pendekatan Masalah	Peserta aktif dalam mengemukakan permasalahan dan memberikan keterangan yang detail terhadap permasalahan yang terjadi terkait pemanfaatan Teknologi	100 %	15 Orang pelaku usaha aktif memberikan gambaran yang jelas terhadap permasalahan usahanya terkait Teknolgi

No	Jenis Kegiatan	Partisipasi Masyarakat	Capaian Hasil	Keterangan
2.	Sosialisasi	Peserta aktif, berkoordinasi, dan menyiapkan tempat pelatihan	100 %	15 Orang pelaku usaha sudah memahami dan mengetahui tentang manfaat Teknologi dan VILLEX
3.	Peningkatan pengetahuan mengenai VILLEX	Peserta aktif dalam latihan <i>Product Knowledge</i> , penggunaan Media Sosial, dan VILLEX terhadap rumah wisata dan produk mereka	100 %	15 Orang pelaku usaha telah memahami dan mengetahui pembuatan <i>Product Knowledge</i> , menggunakan Media Sosial, dan VILLEX
4.	Pelaksanaan Kegiatan pemanfaatan Teknologi	Peserta handal dalam membuat Deskripsi potensi rumah wisata, promosi melalui Media Sosial dan membuat <i>Product Knowledge</i>	100 %	15 Orang pelaku usaha dapat membuat Deskripsi potensi rumah wisata, promosi melalui Media Sosial dan membuat <i>Product Knowledge</i>
5.	Monitoring dan Evaluasi	Peserta memberikan feedback dan berkolaborasi untuk melakukan monitoring dan evaluasi	100 %	15 Orang pelaku usaha memberikan testimoni, pendapat, evaluasi terhadap PkM ini.

SIMPULAN DAN SARAN

Pelatihan penggunaan Aplikasi VILLEX dalam kegiatan Pengabdian ini telah membantu warga dalam mengeksplorasi wilayahnya sehingga banyak potensi – potensi yang dapat dipasarkan dan membuat Kampung Wisata Kepoh lebih terkenal. Warga dapat meningkatkan penjualan dan memasarkan produknya lebih mudah dengan memanfaatkan aplikasi VILLEX dan media sosial.

Untuk kedepannya, masyarakat dapat terus menggali potensi yang ada dengan juga didukung oleh pihak pemerintahan setempat. Dengan adanya dukungan dari pemerintah, maka banyak potensi yang akan terekspos dan lebih bisa digunakan lebih luas.

UCAPAN TERIMAKASIH

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini merupakan kegiatan dengan pendanaan Hibah DRTPM DIKTI. Oleh karena itu tim mengucapkan terima kasih kepada KEMENRISTEK DIKTI atas lolosnya usulan Pengabdian ini yang berdampak pada kemajuan pada masyarakat. Tim juga mengucapkan terima kasih kepada Universitas Semarang, sebagai Perguruan Tinggi tim pengusul. Terima kasih kami sampaikan kepada pengurus dan pelaku Kampung Kepoh Nongkosawit atas partisipasi dan bantuan selama kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat.

DAFTAR RUJUKAN

Djuwendah, E., Rasmikayati, E., Saefudin, B. R., & Hasbiansyah, O. (2024). *Tata kelola agroeduwisata di kampung Pasir Angling dan taman Bincarung , desa Suntenjaya.*

8, 1742–1752.

- Ismailia, T., Miqawati, A. H., Wijayanti, F., Sasmita, S. H. P., & Denadia, U. (2021). Pengembangan Media Promosi Booklet Sebagai Sarana Promosi Kedai Nyosoe Cak Nanang Di Desa Kemuning Lor Kabupaten Jember. *SELAPARANG Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 5(1), 891. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v5i1.6324>
- Jamilah, W. N., Somantri, Q. A., Firnanda, I., Shopyani, W., Syachdilla, D., Mustika, H., Nurintan, S. S., Kirana, A., Octavia, R., Dayant, I., & Suparman, A. (2023). Peran Media Sosial Dalam Pengembangan Desa Wisata Religi Nangka Beurit. *Community Develop,Ent Journal*, 4(4), 9018–9024.
- Laila, V., & Rochmaniah, A. (2024). *Pendampingan digital marketing melalui penjualan online pada UMKM “ Pawon Menthik .”* 8, 988–995.
- Publik, J. R. (2023). *PERUBAHAN SOSIAL PASCA PEMBANGUNAN KAMPUNG HERITAGE PROVINSI JAWA TIMUR Jurusan Administrasi Publik , Fakultas Ilmu Administrasi , Universitas Islam Malang Jl . MT Haryono 193 Malang , 65144 , Indonesia Email : adilwalisa@gmail.com.* 17(13), 70–80.
- Qadiri, F. S., & Wicaksono, I. (2023). Inovasi Digital Berbasis Aplikasi Mall Desa dalam Sektor Pengembangan Desa Wisata Sidomulyo Kecamatan Silo Kabupaten Jember. *Pubmedia Social Sciences and Humanities*, 1(2), 1–9. <https://doi.org/10.47134/pssh.v1i2.115>
- Rachmat, S. N., Haes, P. E., Puspitadewi, M. A.

- A., Wirasanti, G. A. P., & Abubakrin, K. P. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Perancangan Video Branding Desa Wisata Cau Belayu Kabupaten Tabanan. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 6(1), 235. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v6i1.7703>
- Rahmawati, M. N. (2024). ... Platform Pengembangan Pariwisata Asterdewi (Asistensi Tour Guide Desa Wisata) Dalam Menunjang Digitalisasi Desa Wisata. *Prosiding Seminar Nasional Kemahasiswaan*, 1, 123–130. <https://journal.untidar.ac.id/index.php/pemberdayaandesas/article/view/1745%0Ahttps://journal.untidar.ac.id/index.php/pemberdayaandesas/article/download/1745/680>
- Rifai, T. (2017). Tourism and the Sustainable Development Goals – Journey to 2030. In *Tourism and the Sustainable Development Goals – Journey to 2030*. <https://doi.org/10.18111/9789284419401>
- Sihite, H. Y. (2023). Pengembangan Desa Wisata Dengan Pendekatan Digital Tourism Pada Desa Wisata Kampung Terih Kec. Nongsa Batam. *Jurnal Bisnis & Teknologi Politeknik NSC Surabaya*, 10(1), 17–22.