

EDU WISATA UNTUK ANAK-ANAK SEKOLAH DASAR DAN PENGEMBANGAN PEMASARAN WISATA PETIK JERUK SELOREJO DENGAN MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL DI KECAMATAN DAU KABUPATEN MALANG

Devito Andharu¹⁾, M. Reza Ishadi Fadillah²⁾, Angga Pratama Putra³⁾, Regita Faridatunisa Wijayanti⁴⁾

¹ Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Dr. Soetomo

² Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Dr. Soetomo

³ Fakultas Pertanian, Universitas Dr. Soetomo

⁴ Fakultas Teknik, Universitas Dr. Soetomo

email: ¹ devito.andharu@unitomo.ac.id, ² reza.ishadi@unitomo.ac.id, ³ angga.pratama@unitomo.ac.id,
⁴ regita@unitomo.ac.id

Abstract

The partner of this community service activity is Orange Picking Tourism which is located at Selorejo Village, Dau District, Malang Regency, East Java. Tourist owners want to innovate related to their business by changing the concept of Orange Picking tourism to Eduwisata. Apart from that, there are efforts to change analog promotional methods to digital. So the partner problems, in this case Orange Picking Tourism, are: 1) Changing the concept of orange picking tourism to Eduwisata; 2) Analog promotional methods seem outdated and less effective. The short-term goal of community service activities is to increase tourist visits to the Orange Picking tourist attraction. Apart from that, it also develops links and matches between Dr. Soetomo University and the Jeruk Dau Picking Tourism. The implementation method used in community activity programs includes 1) training, there are two stages of training, namely, training on Edutourism material; 2) training in digital promotion methods using social media. The results of this community service activity are: 1) The formation of an Edutourism task force; 2) Promotion development using social media.

Keywords: Orange Picking Tour, Edutourism, Social Media

Abstrak

Mitra dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah Wisata Petik Jeruk yang beralamatkan di Desa Selorejo, Kecamatan Dau, Kab Malang, Jawa Timur. Pemilik wisata berkeinginan melakukan inovasi terkait usahanya dengan melakukan perubahan konsep wisata Petik jeruk menjadi Eduwisata. Selain itu, Upaya merubah metode promosi analog menjadi digital. Sehingga Permasalahan mitra, dalam hal ini Wisata Petik Jeruk, yaitu: 1) Perubahan konsep wisata Petik jeruk menjadi Eduwisata; 2) Metode promosi analog yang terkesan ketinggalan jaman dan kurang efektif. Tujuan jangka pendek dari kegiatan pengabdian masyarakat adalah meningkatkan kunjungan wisatawan ke wisata Petik Jeruk. Selain itu juga mengembangkan link and match antara Universitas Dr. Soetomo dengan Wisata Petik Jeruk Dau. Metode pelaksanaan yang digunakan pada program kegiatan masyarakat yaitu meliputi 1) pelatihan, ada dua tahap pelatihan yaitu, pelatihan materi Eduwisata; 2) pelatihan metode promosi digital dengan menggunakan sosial media. Hasil kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah: 1) Adanya pembentukan satgas Eduwisata; 2) Pengembangan promosi dengan menggunakan sosial media..

Kata kunci : Wisata Petik Jeruk, Eduwisata, Sosial Media

1. PENDAHULUAN

Desa Selorejo adalah desa sentra produksi jeruk yang meluas hingga kota, sehingga banyak masyarakat kota yang ingin mengunjungi tempat tersebut dan memetik jeruk sendiri. Tingginya animo masyarakat tersebut menjadikan usaha jeruk adalah bidang usaha yang potensial sehingga petani jeruk yang ada di Desa Selorejo mendirikan Agrowisata Petik Jeruk secara gotong royong dengan menunjuk Bapak Ahmad Tirmidzi atau Suwaji sebagai pengelola utama agrowisata tersebut.

Pada mulanya wisata petik jeruk didirikan bertujuan untuk menjaga agar harga jeruk tetap stabil saat panen raya. Pada tahun 2017 hingga tahun 2022, kondisi sebagian besar pohon jeruk di agrowisata petik jeruk Desa Selorejo rusak sehingga jumlah pengunjung menjadi semakin menurun. Salah satu penyebab Rusaknya pohon jeruk tersebut merupakan wujud ketidaktahuan masyarakat mengenai bagaimana cara memetik buah jeruk yang benar dari pohonnya. Selanjutnya, persentase pengunjung yang paling banyak melakukan kesalahan memetik buah jeruk tersebut adalah siswa-siswa sekolah dasar. Disamping itu, siswa-siswa sekolah dasar merupakan pengunjung yang memiliki persentase kunjungan terbesar dan mendominasi jumlah pengunjung wisata.

Permasalahan mulai muncul dan dirasakan oleh pengelola Wisata Petik Jeruk dari kurangnya edukasi terhadap pengunjung wisata tentang cara memetik jeruk yang benar, proses budidaya jeruk dan larangan yang harus dilakukan selama di tempat agrowisata petik jeruk seperti memanjat pohon dan memetik jeruk yang belum masak menjadi hal yang harus di perhatikan agar pohon jeruk tetap terjaga dengan baik.

Selain itu, kurangnya pemasaran dan promosi agrowisata petik jeruk, merupakan faktor lain dari menurunnya jumlah pengunjung karena ketidaktahuan masyarakat akan keberadaan wisata petik jeruk di Desa Selorejo. Pemasaran yang digunakan masih menggunakan pemasaran konvensional seperti brosur, banner online sebagainya. Menurut [1] perubahan lingkungan senantiasa terjadi secara terus menerus dalam proses perkembangan dunia usaha yang secara

langsung maupun tidak langsung akan mempengaruhi kehidupan, cara-cara pemasaran sertamempengaruhi perilaku manusia. Menurut [2] kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa memenuhi ekspektasi konsumen.

Berdasarkan keluhan di atas, Tim DIPA Pengabdian Masyarakat menetapkan Wisata Petik Jeruk Desa Selorejo sebagai mitra. Terkait hal ini, Ahmad Tirmidzi atau Suwaji sebagai pengelola utama Wisata Petik Jeruk tersebut berfikir bahwa kegiatan ini beriringan dengan harapan beliau untuk mewujudkan ekonomi kreatif Wisata Petik Jeruk Desa Selorejo Kecamatan Dau.

Sebagai upaya mengatasi permasalahan yang muncul maka dibuatlah konsep pengembangan wisata dengan Eduwisata. Eduwisata adalah belajar dengan saran dan media perjalanan wisata [3, p. 89]. Eduwisata dibentuk dengan tujuan agar lebih mengedukasi siswa siswi, sehingga mendapatkan pengalaman belajar sambil bermain.

Pengembangan promosi juga dilakukan pada pengabdian Masyarakat ini. Promosi dilakukan dengan memanfaatkan media social. Media social adalah media online yang mudah dipergunakan [4, p. 56]. Selain itu, pembuatan website juga sangat diperlukan sebagai media promosi [5, p. 145].

2. IDENTIFIKASI MASALAH

1. Pengunjung perlu diberikan Edukasi terkait cara menanam, merawat dan memetik jeruk. Sehingga diperlukan pelatihan dengan menggunakan modul wisata
2. Media promosi yang digunakan masih menggunakan media analog. Maka, perlu adanya pengembangan dalam kegiatan promosi yang efektif menggunakan media sosial guna meningkatkan popularitas dan daya tarik wisata petik jeruk.

3. METODELOGI PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan yang digunakan pada program kegiatan masyarakat yaitu meliputi 1) pelatihan, ada dua tahap pelatihan yaitu,

pelatihan materi Eduwisata; 2) pelatihan metode promosi digital dengan menggunakan sosial media. Tahapan dalam pelaksanaan yaitu :

1. Melakukan survey dan wawancara
2. Merancang modul Eduwisata.
3. Implementasi.
4. Evaluasi

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Eduwisata dilakukan langsung di tempat Wisata Petik Jeruk di Desa Selorejo, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang. Dalam menyiapkan rencana kegiatan eduwisata untuk siswa Sekolah Dasar membutuhkan perencanaan yang matang. Konsep perjalanan pendidikan untuk siswa-siswa SD harus dipertimbangkan jauh-jauh hari agar terhindar dari kesiapan yang mendadak dan kekacauan di kemudian hari. Hal ini sangat penting kegiatan ini melibatkan siswa-siswi SD sebagai pesertanya. Usia yang masih muda, antara tujuh hingga dua belas tahun, membutuhkan perhatian ekstra.

Kegiatan edukasi dilakukan sebelum anak-anak sekolah dasar memulai kegiatan Wisata Petik Jeruk. Kegiatan dimulai dengan penyampaian materi kepada seluruh murid mengenai larangan-larangan selama kunjungan wisata petik jeruk, pendidikan tentang berbagai varietas jeruk, teknik memetik jeruk yang benar, serta cara yang tepat dalam mengonsumsi jeruk. Larangan-larangan dalam kunjungan petik jeruk meliputi tidak diperbolehkannya penggunaan tongkat atau bambu untuk mengambil jeruk, larangan merusak pohon jeruk dengan merusak ranting atau memetik jeruk yang belum matang, aturan tidak membawa alat peras jeruk ke dalam kebun, dan perintah untuk tidak membuang sampah sembarangan.

Selama kegiatan Eduwisata tercatat ada 9 sekolah yang mengikuti kegiatan/program yang disajikan dalam tabel di bawah ini:

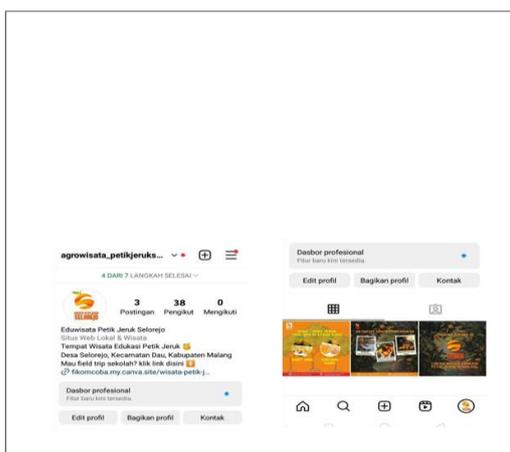
Tabel 1. Nama Sekolah yang terlibat

No.	Nama Sekolah	Jumlah Peserta
•	SDN Merjosari 3 Malang	39
•	MI Yaspuri Malang	28
•	SDN Gadang 3 Malang	15
•	SDN Sukun 1 Malang	20
•	SD Insan Amanah Malang	27
•	SD Muhammadiyah 1 Malang	25
•	SD Anak Saleh Malang	8
•	SD Selorejo 1 Malang	3
•	SD Merjosari 5 Malang	35

Modul eduwisata adalah bagian dari kegiatan eduwisata. Modul wisata menjadi sebuah panduan kegiatan dimana para peserta eduwisata dapat belajar sambil bermain. Modul eduwisata berisikan tentang kegiatan-kegiatan yang harus dilakukan oleh peserta eduwisata. Kegiatan-kegiatan tersebut berkaitan dengan tanaman jeruk. Kegiatan *pertama* yakni, cara menanam jeruk. Kegiatan ini dapat meningkatkan wawasan dan pengalaman siswa-siswi sekolah dasar sebagai wujud dari kegiatan belajar sambil bermain. *Kedua*, yakni kegiatan cara merawat jeruk. Kegiatan cara merawat jeruk menjadi kegiatan yang perlu difokuskan oleh para peserta eduwisata. Hal ini dikarenakan merawat adalah kegiatan yang memerlukan ketelitian dan ketelatenan. *Ketiga*, cara memetik jeruk. Kegiatan memetik jeruk sangat menyenangkan dan dinikmati oleh siswa siswi sekolah dasar. Akan tetapi, hal ini juga harus menjadi perhatian lebih bagi pengawas dan pengelola kebun jeruk. Hal ini dikarenakan banyaknya siswa siswi sekolah dasar yang masih belum mengerti tentang jeruk. Memetik jeruk tidak boleh dilakukan secara sembarangan. Ada jenis dan ciri-ciri jeruk yang boleh dan belum boleh untuk dipetik.



Gambar 1. Website cara menanam jeruk



Gambar 2. Website cara merawat jeruk

5. KESIMPULAN

Penyelenggaraan kegiatan pengabdian masyarakat “Edu Wisata Untuk Anak-Anak Sekolah Dasar Dan Pengembangan Pemasaran Wisata Petik Jeruk Selorejo Dengan Menggunakan Media Sosial Di Kecamatan Dau Kabupaten Malang” dilaksanakan dengan baik melalui serangkaian kegiatan pelatihan dan pendampingan. Untuk mengatasi permasalahan promosi, Tim DIPA Pengabdian melakukan kegiatan tersebut

melalui penggunaan media sosial berupa Instagram dan Website

6. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Dr. Soetomo sebagai pihak yang telah memberi dukungan **financial** terhadap pelaksanaan kegiatan ini.

7. REFERENSI

- [1] E. Herawati, “Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Perusahaan Rokok Adi Bungsu Malang,.” Universitas Brawijaya, 2009.
- [2] A. Japutra, “Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan, Dan Komitmen Terhadap Loyalitas Konsumen: Kasus Jartu Prabayar XI Bebas,.” Universitas Indonesia, 2008.
- [3] W. A. Sunarjo, V. A. Siswanto, and A. Ilmiani, “Video Teaser Batik Edu-Tourism Sebagai Promosi Iconic Pariwisata Kota Pekalongan,.” *J. Litbang Kota Pekalongan*, vol. 21, no. 2, p. 12, 2021, doi: 10.54911/litbang.v21i1.156.
- [4] K. Pai, D. I. Silaban, J. I. Komunikasi, U. Katolik, and W. Mandira, “Benteng Literasi Digital : Mengasah Kemampuan Siswa Dalam Mencegah Penyebaran Informasi Negatif,.” vol. 6, pp. 55–62, 2023.
- [5] U. Umar, A. R. Annisa, and H. Widyantara, “PRODUK OLAHAN BUAH MANGROVE MELALUI,.” vol. 6, pp. 143–149, 2023.