

Sinergitas Pengembangan UMKM dan Destinasi Wisata Melalui KKN Tematik di Kelurahan Maospati Magetan Jawa Timur

Emi Widiyanti ^{1*}, Setyo Tri K², Silvi Pramesti D³, Prabu Adif R⁴, Rachel Savania Y⁵, Sekar Dewi A⁶, Firda Reza A⁷, Adhitya R U⁸, Sonia Agustin N⁹, Hanin Marwah N¹⁰, Vivian Aditania¹¹

^{1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11}Universitas Sebelas Maret

e-mail : ^{1*}emiwidiyanti@staff.uns.ac.id, ²krisbiantono98@student.uns.ac.id, ³silvipramesti@student.uns.ac.id, ⁴prabu279@student.uns.ac.id, ⁵rachelsavania@student.uns.ac.id, ⁶sekar.da@student.uns.ac.id, ⁷firdareza00@student.uns.ac.id, ⁸adhityaru@student.uns.ac.id, ⁹agustinsonia11@gmail.com, ¹⁰hanin.marwah12@student.uns.ac.id, ¹¹viviandita05@gmail.com

Abstrak

Pandemi Covid-19 memberikan dampak bagi masyarakat Kelurahan Maospati Magetan Jawa Timur dalam bentuk menurunnya masyarakat luar yang berkunjung ke daerah ini. Hal ini akan berpengaruh terhadap pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) khususnya untuk pemasaran produk mereka dan juga berdampak pada pengunjung wisata Punden yang ada. Melihat permasalahan tersebut tim KKN Tematik Universitas Sebelas Maret (UNS) Mbangun Desa melakukan program yang bertujuan untuk mengembangkan UMKM dan destinasi wisata di Kelurahan Maospati. Adapun metode pelaksanaan yang digunakan adalah pembuatan media promosi untuk UMKM dan wisata punden Losari, rintisan *sunday market* di wisata Punden Losari dan kegiatan sosialisasi penguatan kelembagaan Pokdarwis dan sinergitas dengan pengembangan UMKM di Maospati. Kegiatan ini mampu mendorong sinergitas antara pengembangan UMKM dan destinasi wisata di Kelurahan Maospati. Bentuk dari sinergitas ini adalah diadakannya UMKM Kelurahan Maospati sebagai elemen pendukung di Taman Kreasi Punden Losari. Sinergitas ini mampu meningkatkan pemasaran produk UMKM yang ada dan meningkatnya kunjungan masyarakat ke wisata punden ini.

Kata Kunci: destinasi wisata, sinergitas, UMKM

Abstract

The Covid-19 pandemic has had an impact on the people of Maospati Village in the form of reduced visits from outsiders to this area. This will affect MSMEs in particular to market their products and also have an impact on existing punden tourism visitors. Seeing these problems, the Sebelas Maret University (UNS) Mbangun Desa Thematic KKN team conducted a program aimed at developing MSMEs and tourist destinations in Maospati Village. The implementation method used is the creation of promotional media for MSMEs and Punden Losari tourism, sunday market pioneering in Punden Losari tourism and socialization activities for strengthening Pokdarwis institutions and synergy with MSME development in



Maospati. This activity is able to encourage synergy between the development of MSMEs and tourist destinations in Maospati Village. The form of this synergy is the establishment of MSMEs in Maospati Village as a supporting element in the Punden Losari Creative Park. This synergy is able to increase the marketing of existing MSME products and increase public visits to this punden tour.

Keywords: MSMEs, synergy, tourist destination

Pendahuluan

Peran masyarakat dalam pembangunan nasional, utama dalam pembangunan ekonomi adalah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Posisi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam perekonomian nasional memiliki peran yang penting dan strategis. Kondisi tersebut sangat memungkinkan karena eksistensi UMKM cukup dominan dalam perekonomian Indonesia, dengan alasan jumlah industri yang besar dan terdapat dalam setiap sektor ekonomi; potensi yang besar dalam penyerapan tenaga kerja, dan kontribusi UMKM dalam pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB) sangat dominan (Sofyan, 2017). Sejauh ini, UMKM telah berkontribusi sebanyak 57,60% Produk Domestik Bruto (PDB) dan mempunyai tingkat penyerapan tenaga kerja sekitar 97% dari seluruh tenaga kerja nasional (H. Putra, 2016). UMKM sendiri merupakan suatu usaha perseorangan atau badan usaha dengan skala kecil dan memiliki batasan tertentu dalam jumlah tenaga kerja, jumlah penjualan atau omsetnya, dan jumlah aset atau aktivitya. Teknologi yang digunakannya UMKM juga masih tradisional, dengan pengelolaan usaha yang sederhana (Permana, 2017).

Adanya pandemi Covid-19 secara tidak langsung telah berdampak pada sektor ini. Berdasarkan data Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI tahun 2020, dampak penurunan pariwisata selama pandemi Covid-19 berdampak UMKM usaha makanan dan minuman mikro mencapai 27% sedangkan dampak terhadap usaha kecil makanan dan minuman sebesar 1,7%, dan usaha menengah di angka 0,07% (Hilmiyah et al., 2022). Salah satu wilayah yang merasakan dampak pandemi Covid-19 terhadap perekonomian daerah mereka adalah Kabupaten Magetan. Hal ini disebabkan Kabupaten Magetan merupakan wilayah yang memiliki jumlah UMKM yang cukup besar yaitu sebesar 125.256 pelaku UMKM (Fakhruddin, 2021). Di sisi lain kabupaten Magetan merupakan daerah dengan penyebaran Covid-19 yang cukup tinggi. Berdasarkan informasi Covid-19 Kabupaten Magetan, hingga akhir tahun 2020 mencapai angka 944 kasus dengan persebaran kasus terbanyak salah satunya di Kecamatan Maospati (Magetan, 2020). Tingginya kasus Covid-19 di kecamatan Maospati Kabupaten Magetan berdampak pada sektor ekonomi wilayah ini salah satunya UMKM, dimana pemberlakuan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) mengakibatkan menurunkan mobilitas masyarakat di wilayah ini. PSBB mengakibatkan menurunnya masyarakat luar yang berkunjung ke daerah ini. Hal ini akan berpengaruh terhadap pelaku UMKM khususnya untuk pemasaran produk.

Kelurahan Maospati memiliki potensi berbagai jenis UMKM seperti pengrajin tas rajut, usaha tanaman hias, usaha makanan dan minuman olahan seperti sambel pecel,

kerupuk, donat kentang, jamu instan, kue kering dan kue basah. Selain berdampak pada pemasaran produk UMKM, PSBB selama pandemi juga berdampak pada wisata yang ada di kecamatan Maospati, salah satunya adalah wisata Punden Losari yang berada di Kelurahan Maospati. Wisata Punden Losari merupakan sebuah punden yang memiliki sejarah bagi Desa Maospati dan memiliki kebudayaan daerah tari gambyong yang sampai saat ini masih dilestarikan dan ditampilkan di wisata punden ini. Dukungan perpaduan antara atraksi alam, budaya, dan kreativitas masyarakat menarik wisatawan ke desa wisata (Putra et al., 2021). Selain itu, adanya aspek spiritual seperti situs dalam desa wisata juga menambah daya tarik wisatawan (Putra et al., 2021). Untuk itu wisata punden ini sangat potensial untuk menarik masyarakat luar datang di Maospati dan dijadikan tempat menggelar produk (gerai) mengenal produk-produk UMKM di Kelurahan Maospati.

Kelurahan Maospati dimana wisata punden ini berada memiliki potensi UMKM yang dapat disinergikan dengan pengembangan kelurahan Maospati sebagai desa wisata. Wisata desa adalah salah satu kegiatan kepariwisataan yang menawarkan keseluruhan suasana yang menonjolkan keaslian desa seperti pemandangan alam desa yang indah, kuliner, cenderamata, homestay dan sebagainya (Sudibya, 2018). Desa wisata juga merupakan satu bentuk upaya menampilkan unggulan desa untuk mendongkrak pendapatan perkapita masyarakat (Trisnawati et al., 2018). Potensi UMKM yang ada di desa ini adalah UMKM Kuliner. Kuliner saat ini telah menempati posisi khusus dalam kegiatan wisata. (Sasongko et al., 2019) menemukan wisata kuliner sebagai aspek sentral dari setiap pengalaman wisata. Produk kuliner atau makanan merupakan kebutuhan pokok masyarakat sehari-hari sehingga akan selalu ada permintaan akan makanan (Nurmala et al., 2022).

Sampai saat ini terdapat 19 UMKM kuliner dan makanan olahan yang ada di kelurahan ini yang belum optimal pengembangannya dan menghadapi kendala pemasaran selama pandemi berlangsung. Adapun untuk pengembangan destinasi wisata dengan salah satu andalannya adalah wisata punden Losari. Pemerintah desa setempat telah membentuk Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) namun saat ini Pokdarwis ini belum optimal dalam menjalankan fungsinya. Berdasarkan kondisi, potensi dan permasalahan yang dihadapi oleh UMKM dan pengembangan wisata yang ada, maka tim pengabdian masyarakat yang tergabung dalam program KKN Tematik Universitas Sebelas Maret (UNS) *Mbangun* Desa untuk menawarkan solusi permasalahan dalam beberapa program kegiatan pengembangan UMKM dan penguatan kelembangan Pokdarwis dalam mengelola wisata Punden Losari untuk mewujudkan Desa Maospati sebagai Desa Wisata.

Metode

Pelaksanaan Kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Tematik UNS *Mbangun* Desa ini dilakukan di Kelurahan Maospati, Kecamatan Maospati, Kabupaten Magetan. Kegiatan dilakukan selama 40 hari yang dilaksanakan mulai tanggal 20 Januari 2022 sampai dengan 02 Maret 2022 dengan mengambil tema pengembangan UMKM dan wisata di Kelurahan Maospati. Semua rangkaian kegiatan dilakukan melibatkan partisipasi aktif masyarakat setempat.

Tabel 1. Solusi dan Output kegiatan

Potensi dan Permasalahan	Solusi yang ditawarkan	Output yang diharapkan
Pemasaran Produk UMKM di desa Maospati belum luas	• Pemasaran melalui media digital • Rintisan <i>sunday market</i> di punden Losari sebagai gerai UMKM setempat	Semakin luasnya pemasaran produk UMKM di desa Maospati
Adanya punden Losari yang tidak banyak dikunjungi karena adanya kesan mistis dan keramat	• Mengubah kesan mistis menjadi <i>homy</i> dengan menjadi punden sebagai tempat aktivitas bersama • Rintisan <i>sunday market</i> di wisata punden sebagai tempat gerai UMKM dan ruang publik masyarakat Maospati	Meningkatnya pengunjung di Punden Losari
Kurang optimalnya Pokdarwis yang telah terbentuk	• Sosialisasi penguatan kelembagaan Pokdarwis	Meningkatnya peran Pokdarwis dalam pengelolaan wisata Punden Losari

Kegiatan KKN dilakukan secara bertahap, dengan tahapan sebagai berikut:

1. Survei Lapangan

Survei yang dilakukan untuk mencapai sebuah perencanaan yang akan disusun dalam suatu program kegiatan. Dalam kegiatan ini tim KKN melakukan upaya:

- a. Memerhatikan setiap sudut tempat yang akan dijadikan lokasi pelaksanaan program.
- b. Mencatat kelebihan dan kelemahan objek yang akan digunakan untuk program kerja
- c. Memberikan kesimpulan yang akan digunakan untuk perencanaan program yang akan dilakukan.

2. Perancangan program

Tim KKN melakukan perancangan program kegiatan setelah dilakukannya survei lapangan. Beberapa program yang ditetapkan untuk pengembangan UMKM dan pengembangan wisata melalui kelembagaan Pokdarwis yang ada antara lain:

- a. Pembuatan media promosi digital untuk UMKM kuliner dan wisata Punden Losari
- b. Rintisan *sunday market* di Wisata Punden Losari
- c. Sosialisasi penguatan kelembagaan Pokdarwis dan sinergitas dengan pengembangan UMKM di Maospati. Sinergitas antara pelaku usaha, wisata dan pemerintah sangat penting dalam pengembangan desa wisata.

3. Pelaksanaan program

Pelaksanaan program dilakukan pada minggu ke 2 hingga minggu ke 5 yaitu di tanggal 24 Januari 2022 hingga 20 Februari 2022.

4. Evaluasi program

Evaluasi dalam kegiatan ini merupakan hal yang penting, setiap dilakukannya program kerja pasti diadakan evaluasi agar tidak mengakibatkan kesalahan yang sama di kegiatan yang lain. Hal ini juga memberikan pengaruh besar terhadap kegiatan yang belum terlaksana tujuannya untuk meminimalisir kesalahan yang telah dilakukan di kegiatan sebelumnya dan tidak terulang lagi.

Hasil dan Pembahasan

1. Pembuatan media promosi digital untuk UMKM kuliner dan wisata punden Losari.

Untuk mengatasi persoalan pemasaran produk bagi UMKM dan menurunkan masyarakat yang mengunjungi punden Losari, tim KKN membuat media promosi dalam 2 bentuk yaitu melalui instagram bisnis dan melalui publikasi dalam media informasi digital lokal.

a. Promosi melalui *Instagram Business Account*

Promosi melalui instagram dilakukan untuk memperkenalkan UMKM dan destinasi wisata di Kelurahan Maospati. Selain itu, media sosial tersebut juga digunakan untuk menyebarkan berita dan informasi di Kelurahan Maospati. Pembuatan media sosial tersebut bertujuan untuk memperkenalkan berbagai macam UMKM dan destinasi di Kelurahan Maospati kepada masyarakat luar sehingga dapat membantu melakukan memperluas pasar dan meningkatkan peluang Kelurahan Maospati untuk menjadi desa wisata. Pemasaran digital ialah pemasaran yang memperuntukkan internet dan teknologi informasi untuk memperluas dan meningkatkan kemampuan pemasaran tradisional (Mauliana et al., 2021).

Pembuatan media sosial dilakukan dengan membuat akun *Instagram Business Account* dan *Facebook* yang diberi nama InfoMaospati yang memiliki konten berisikan informasi mengenai produk-produk UMKM, destinasi wisata kuliner, destinasi wisata rekreasi, sejarah, berita terkini, dan informasi di Kelurahan Maospati sehingga dapat mempermudah akses penyebarluasan informasi dan pemasaran baik kepada masyarakat di Kelurahan Maospati dan masyarakat umum atau diluar Kelurahan Maospati. Berikut tampilan instagram yang dibuat tim KKN untuk promosi UMKM kuliner dan wisata yang ada di Maospati

Promosi melalui media daring dipilih sebagai salah satu program pengembangan UMKM di Maospati, karena saat ini telah terjadi pergeseran dalam perilaku belanja masyarakat. Terdapat banyak media social yang menjadi kegemaran warganet di Indonesia, salah satunya adalah Instagram (Rachmawaty, 2021). Instagram juga terbukti meningkatkan omset penjualan UMKM (Maksudi et al., 2021; Ramadhani et al., 2022) Instagram merupakan sebuah aplikasi media sosial yang fokus terhadap konten foto dan video (Handika & Darma, 2018). Data Kominfo menunjukkan lebih dari 63 juta penduduk Indonesia, 95% telah menggunakan internet untuk mengakses media sosial dan We Are Social mencatat sebanyak 191 juta orang aktif menggunakan media sosial yakni Instagram dengan persentase 84,8%, facebook 81,3% dan tiktok 63,1% (Nasution et al., 2022).



Gambar 1. Tampilan promosi digital di Instagram dengan akun infomaospati

Sebanyak 48% pengguna internet di Indonesia (Febriyantoro et al., 2018) melakukan pencarian barang atau jasa melalui online, 46% pengguna mengunjungi toko online, 34% pengguna melakukan transaksi daring via komputer atau laptop, dan 33% pengguna lainnya melakukan transaksi online melalui perangkat mobile seperti *smartphone*. Data-data tersebut ini memerlihatkan bahwa potensi belanja daring dan penggunaan internet sebagai media untuk mempromosikan usaha cukup berkembang di Indonesia.

Secara umum pelaksanaan program pembuatan media sosial ini berjalan dengan baik karena adanya faktor pendukung dalam pembuatan media ini di antaranya adalah: sebagian besar masyarakat saat ini telah memiliki perangkat *handphone* dan memiliki media sosial, ketersediaan jaringan internet di semua wilayah, memiliki jangkauan pemasaran yang lebih luas, sebagian besar masyarakat telah banyak menggunakan media sosial sebagai sarana berbelanja. Namun demikian dalam implementasinya juga ditemui beberapa kendala diantaranya adalah : 1) para pelaku UMKM pada umumnya menjadikan usahanya sebagai usaha sampingan atau bukan merupakan mata pencaharian utama, sehingga produksi dan pemasaran produk tidak terlalu konsisten; 2) masih banyaknya UMKM yang menutup diri untuk memperluas pasarnya dengan memperkenalkan usaha dan produknya melalui media sosial, 3) masyarakat Maospati pada umumnya belum terlalu mengenal dan menggunakan media sosial, sehingga penggunaan media sosial lebih ditujukan untuk memperkenalkan Kelurahan Maospati pada masyarakat luar. Namun demikian dalam peluncuran instagram ini dan selama program KKN berjalan, sebanyak 15 UMKM telah dipromosikan ke instagram infomaospati.

b. Promosi melalui pemberitaan di media informasi digital lokal

Pemberitaan melalui media informasi lokal bertujuan agar keberadaan dan kegiatan yang ada di punden Losari dan UMKM yang ada di Maospati diketahui oleh masyarakat lokal. Media digital yang dipilih adalah pewartatv.co.id. Pewarta TV merupakan media informasi digital Kabupaten Magetan di bawah manajemen PT. Samudra Mutiara Satria. Beberapa kegiatan yang diekspos dalam pewartatv.co.id diantaranya adalah kegiatan *sunday market* di Punden Losari dan kegiatan sosialisasi

penguatan kelembagaan Pokdarwis. Berikut link pemberitaan yang dilakukan <https://pewartatv.co.id/sunday-market-punden-losari-maospati-bersama-kkn-uns-solo/> dan <https://pewartatv.co.id/mengembangkan-inovasi-wisata-punden-lo-sari-dan-umkm-mahasiswa-kkn-uns-mengadakan-sosialisasi-penguatan-Pokdarwis-dan-sinergitas-dengan-pengembangan-umkm-di-kelurahan-maospati/>

2. Rintisan *Sunday Market* di Wisata Punden Losari

Kegiatan ini ditujukan untuk UMKM agar produknya dikenal oleh khalayak umum. Perintisan ini sebagai pemantik para pelaku UMKM untuk mengembangkan usaha. Selama tim KKN menjalankan program, Sunday Market telah dilaksanakan sebanyak 3 (tiga) kali yaitu pada tanggal 30 Januari 2022, 6 Februari 2022 dan 13 Februari 2022 mulai pukul 07.00- 09.00 WIB. Dalam kegiatan ini beberapa UMKM menggelar produk mereka di area dalam punden Losari. Untuk memeriahkan dan menarik masyarakat untuk berkunjung dilakukan beberapa kegiatan diantaranya adalah cek darah gratis, senam bersama, lomba mewarnai bagi anak-anak, lomba melukis botol bekas yang hasil produknya dijadikan pot-pot hias yang ditempatkan di punden Losari.

Kegiatan rintisan *sunday market* ini sebenarnya merupakan salah satu bentuk pameran produk UMKM di Maospati yang dikombinasikan dengan berbagai acara sosial lain yang dapat mengundang banyak pengunjung. Berbagai kegiatan sosial yang ada dapat mendatangkan keramaian yang menguntungkan bagi UMKM. Menurut (Anggraeni, 2013) kegiatan seperti bazar atau pameran UMKM yang diadakan di tempat keramaian bermanfaat untuk memperluas jaringan pemasaran UMKM. Hal yang sama juga dikemukakan oleh (Tyas et al., 2020) bahwa salah satu upaya dalam menumbuhkan iklim usaha makanan olahan oleh pemerintah dan pemerintah daerah berupa pameran produk untuk UMKM berbasis rumahan. UMKM di Maospati sebagian besar merupakan UMKM berbasis rumahan (*Homebased Enterprises/HBE*). UMKM yang banyak meramaikan sunday market ini adalah UMKM Pedagang Kali Lima (PKL). Salah satu bentuk UMKM yang sering banyak dijumpai adalah UMKM di bidang kuliner yang sering disebut dengan Street food atau Pedagang Kaki Lima (Nugroho et al., 2022).

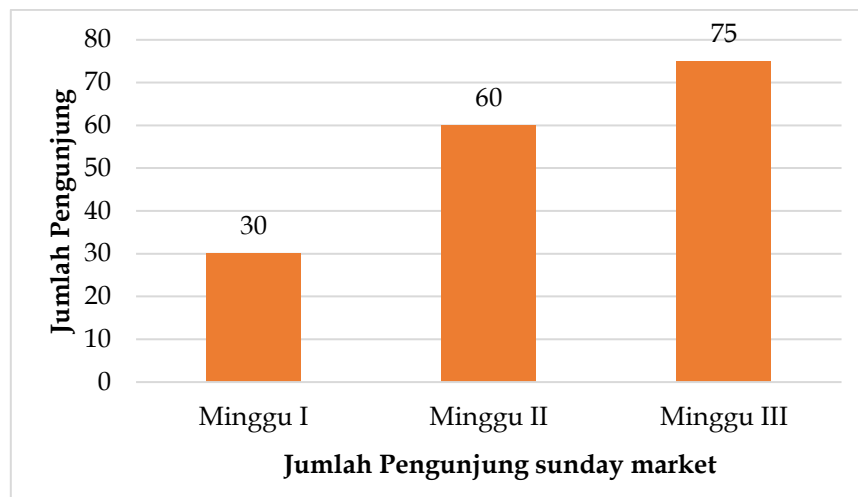


Gambar 2. Suasana Punden Losari sebelum adanya sunday market



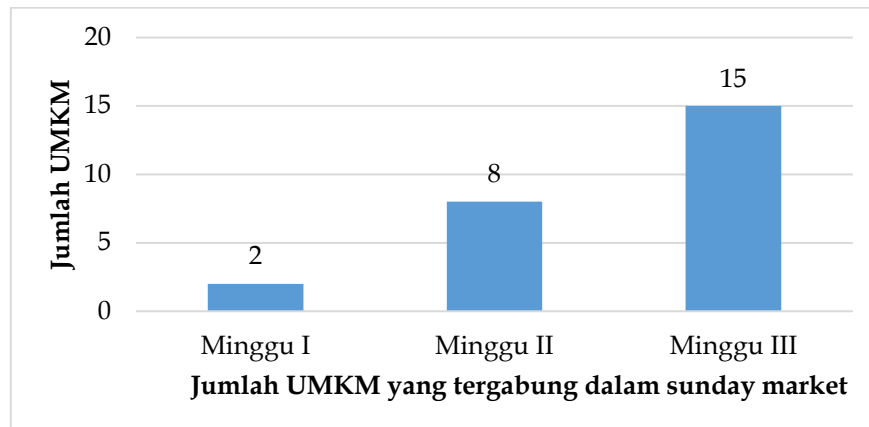
Gambar 3. Suasana Punden Losari setelah adanya sunday market

Hasil dari kegiatan rintisan sunday market di wisata punden Losari memberikan dampak pada meningkatkan kunjungan masyarakat ke tempat ini dan berhasil mengubah kesan negatif punden ini menjadi kesan positif dalam bentuk dijadikannya tempat ini untuk berolah raga bagi masyarakat dan dijadikan tempat bermain anak-anak di sekitar punden ini. Hal ini dapat dilihat meningkatkan jumlah pengunjung setiap minggunya. Jumlah pengunjung meningkat tajam pada minggu kedua yaitu sebanyak 60 pengunjung, naik 100 persen dari minggu pertama yang hanya 30 pengunjung. Minggu ketiga juga terjadi kenaikan jumlah pengunjung sekitar 75 pengunjung. Berikut gambaran peningkatan jumlah pengunjung ke *sunday market* punden Losari.



Gambar 4. Diagram Kenaikan Jumlah Pengunjung di *Sunday Market* Punden Losari.

Meningkatnya jumlah masyarakat yang mengunjungi tempat ini sekaligus meningkatkan peluang pasar bagi UMKM yang menggelar produk-produk mereka pada saat sunday market. Dalam gelar produk UMKM ini mereka menciptakan brand baru bagi UMKM yang ada yaitu "UMKM Losari". Jumlah UMKM yang menggelar produk di sunday market punden losari ini mengalami peningkatan, bermula dari dua UMKM yang menggelar produknya di punden Losari meningkat menjadi 15 UMKM yang menggelar produknya di *sunday market* punden Losari. Berikut gambaran peningkatan jumlah UMKM di *sunday market*.



Gambar 5. Diagram Kenaikan UMKM di *sunday market* punden Losari.

3. Sosialisasi Penguatan Kelembagaan Pokdarwis dan Sinergitas dengan Pengembangan UMKM

Kegiatan ini diselenggarakan untuk masyarakat Maospati dan bertujuan untuk mengembangkan inovasi desa wisata yaitu Punden Losari dengan memperkuat lembaga Pokdarwis dan juga sinergitas dengan pengembangan UMKM yang ada di Kelurahan Maospati. Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 18 Februari 2022 dan bertempat di Aula Balai Kelurahan Maospati. Kegiatan sosialisasi ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman anggota Pokdarwis akan konsep desa wisata dan upaya yang harus dilakukan untuk membangun destinasi wisata. Adapun materi yang disampaikan dalam sosialisasi meliputi: konsep wisata dan destinasi wisata, daya tarik wisata, syarat-syarat destinasi wisata, dan komponen pengembangan destinasi wisata yang terdiri dari pembangunan destinasi wisata, kelembagaan, pembangunan industri wisata dan pemasaran.



Gambar 6. Kegiatan Sosialisasi Penguatan Kelembagaan Pokdarwis Maospati

Selain materi tentang pemahaman akan desa wisata dan destinasi wisata, dalam sosialisasi ini juga disampaikan materi tentang pentingnya sinergitas pengembangan wisata dan pengembangan UMKM yang ada di Maospati dengan salah satu bentuknya adalah menjadi wisata punden Losari sebagai tempat UMKM menggelar produknya (sebagai gerai produk) dan menjadikan produk-produk UMKM di Maospati sebagai destinasi wisata di daerah ini.

Pelaksanaan sosialisasi ini disambut dengan baik oleh Pokdarwis, para pelaku UMKM maupun pemerintah daerah setempat. Dari hasil sosialisai ini pihak Pokdarwis beserta pemerintah desa setempat telah bersepakat bahwa pengelolaan punden Losari beserta pengelolaan UMKM yang menggelar produk dikelola oleh Pokdarwis. Selain itu ditetapkan arah pengembangan punden Losari selain sebagai salah satu destinasi desa wisata dijadikan sebagai taman kreasi dengan nama baru Taman Kreasi Punden Losari yang diiringi dengan pengembangan UMKM terkhusus bidang kuliner yang dapat menjadi elemen pendukung untuk mengembangkan wisata punden sekaligus sebagai taman kreasi Punden Losari yang kedepannya dapat menjadi ikon dari kelurahan Maospati.

Simpulan dan Rekomendasi

Kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Tematik UNS *Mbangun* Desa di Kelurahan Maospati Kecamatan Maospati Kabupaten Magetan ini telah mampu mendorong sinergitas antara pengembangan UMKM dan destinasi wisata di Kelurahan Maospati salah satunya adalah menghidupkan kembali punden sebagai Taman Kreasi Punden Losari. Bentuk dari sinergitas ini adalah dijadikannya UMKM Kelurahan Maospati sebagai elemen pendukung di Taman Kreasi Punden Losari dan menciptakan *brand* baru bagi UMKM yang ada dengan nama UMKM Losari. Sinergitas antara pengembangan UMKM dengan destinasi wisata punden Losari ini mampu meningkatkan pemasaran produk UMKM yang ada dan meningkatnya kunjungan masyarakat ke wisata punden ini. Untuk keberlanjutan program, diharapkan Pokdarwis dapat berfungsi sebagai penggerak UMKM Losari dan dapat mengembangkan kemitraan dengan berbagai pihak baik dengan dinas pemerintah setempat maupun dengan perguruan tinggi.

Penghargaan

Penulis menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada UP-KKN LPPM Universitas Sebelas Maret yang telah memberikan dukungan finansial sehingga seluruh program Kuliah Kerja Nyata Tematik *Mbangun* Desa ini dapat terselenggara. Terima kasih juga disampaikan kepada pemerintah desa Kelurahan Maospati beserta seluruh warga masyarakat dan pelaku UMKM di Maospati sehingga kegiatan KKN ini berjalan dengan baik.

Daftar Pustaka

- Anggraeni, F. (2013). Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Melalui Fasilitas Pihak Eksternal Dan Potensi Internal (Studi Kasus Pada Kelompok Usaha "Emping Jagung" Di Kelurahan Pandanwangi Kecamatan Blimbing Kota Malang. *Jurnal Administrasi Publik Mahasiswa Universitas Brawijaya*, 1(6), 1286-1295.
- Fakhrudin, M. (2021). Magetan Bina Pelaku UMKM Guna Dongkrak Pemulihan Ekonomi. *Republika. Republika*.
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *JMD: Jurnal*

Riset Manajemen & Bisnis Dewantara, 1(2), 61–76.
<https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.175>

- Handika, M. R., & Darma, G. S. (2018). Strategi Pemasaran Bisnis Kuliner Menggunakan Influencer Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 15(2), 192–203.
- Hilmiyah, N., Permana, E., Hatta, I. H., & Widyaningsih, M. (2022). Strategi Pengembangan Usaha Pelaku UMKM Kuliner Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Riset Bisnis*, 5(2), 226–245.
- Magetan, P. K. (2020). *Informasi COVID-19 Kabupaten Magetan*.
- Maksudi, M. Y., R., M. A. M. H. I. H., W., S. D., & Zabidi, I. (2021). Pengaruh Penggunaan Instagram Terhadap Omzet Penjualan Produk Pakaian pada UMKM Inoy Daily Wear di Tasikmalaya. *Jurnal STEI Ekonomi (JEMI)*, 30(2), 94–101.
- Mauliana, T., Tayo, Y., & Kusumaningrum, R. (2021). Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemanfaatan Digital Pada Klinik Rumah Ungu Karawang. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 8(7), 2107–2118.
- Nasution, S. dan S. P., & R. (2022). Peran Digital Marketing dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM Kuliner Berbasis Syariah di Kota Medan. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 7(2), 510–519.
- Nugroho, A. P., & A, R. (2022). Digitalisasi dan Keberlangsungan UMKM Kuliner Halal Selama Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(02), 1654–1660.
- Nurmala, S. T., E., L., A., J. E. A., & N, N. (2022). Usaha Kuliner Sebagai Penggerak UMKM Pada Masa Pandemi Covid 19. *AKM Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 65–74.
- Permana, S. H. (2017). Strategi Peningkatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia (Strategy of Enhancement on the Small and Medium-Sized Enterprises (SMES) in Indonesia. *Aspirasi*, 8(1), 93–103.
- Putra, A. M., & Ariana, I. N. J. (2021). Manfaat Pengembangan Desa Wisata dari Aspek Alam, Sosial Budaya, Spiritual, dan Ekonomi di Kabupaten Tabanan. *Jurnal Kepariwisata Dan Hospitalitas*, 5(2), 209–221.
- Putra, H. (2016). Peran UMKM dalam Pembangunan dan Kesejahteraan Masyarakat Kabupaten Blora Adnan. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 5(2), 40–52.
- Rachmawaty, A. (2021). Strategi Marketing Menggunakan Instagram (Studi kasus: Sapinesia. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, 7(1), 39–51.
- Ramadhani, S. E., Supangkat, D. A., & Febrianita, R. (2022). Pemanfaatan Instagram untuk Meningkatkan Penjualan Produk UMKM pada Masa Pandemi. *Sawala: Jurnal Pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa Dan Masyarakat*, 3(1), 47–56.

- Sasongko, I., Setiawan, A., & Purnama, Y. S. (2019). Strategi Pengembangan Kawasan Wisata Kuliner di Sepanjang Koridor Jalan Soekarno Hatta, Kota Malang. *Perencanaan Wilayah Dan Kota*, 3, 34-67.
- Sofyan, S. (2017). Peran UMKM (Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah) dalam Perekonomian Indonesia. *Bilancia*, 11(1), 33-64.
- Sudibya, B. (2018). Wisata Desa dan Desa Wisata. *Bali Membangun Bali Jurnal Bappeda Litbang*, 1(1), 21-25.
- Trisnawati, A. E., Wahyono, H., & Wardoyo, C. (2018). Pengembangan Desa Wisata dan Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Potensi Lokal. *Jurnal Pendidikan: Teori, Penelitian, Dan Pengembangan*, 3(1), 29-33.
- Tyas, W. P., Sianturi, O. O., & PH, J. K. (2020). Analisis Kebijakan Pemerintah Dalam Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkh) Berbasis Rumah (Home-Based Enterprises/Hbe) Di Kota Semarang, Surakarta, Boyolali, Salatiga, dan Surabaya (D. Surabaya, Trans.). *Jurnal Pengembangan Kota*, 8(1), 78-89. <https://doi.org/10.14710/jpk.8.1.78-89>