

PENYULUHAN DAN PENDAMPINGAN TENTANG STRATEGIC PLAN KAMPUNG HERITAGE KAYUTANGAN DENGAN PRODUCT DIVERSIVICATION

Oleh:

Bunyamin, Siti Munfaqiroh, Dwi N A, Sugeng H, Nunung N U , Imama Z, Setiawan, Nanang P
STIE Malangkuçeçwara
hariadisg@yahoo.com

Abstract

One of the efforts to develop the Kajoetangan heritage village of Malang is the development of product diversification. This is an effort that can be developed in order to find a unique heritage village of Kajoetangan, Malang city with other tourist villages in Indonesia. This form of diversification is the buildings of ancient houses that can be fixed so as to present the atmosphere of the Dutch colonial era to visitors to this tourist village.

In addition to buildings, it also presents old products that can support this, such as ancient chandeliers, old moped, vintage motorbikes, as well as old furniture and household items.

Supporting the product diversification is a strategic plan for culinary centers or traditional hawker sellers carried out by local residents so as to support the colonial era nuance to visitors of the Kajoetangan heritage village of Malang city.

Another supporter of this diversification is the strategic plan for the center for selling souvenirs typical of the Kajoetangan heritage village in the form of t-shirts with Kajoetangan heritage images, old-style lurik clothes, Malangan blangkon, and other souvenirs. This will make the characteristic of a wooden heritage village that distinguishes it from other tourist villages. This is a good strategic plan for the development and promotion of media for the Kajoetangan heritage village

Strategy Plan for Diversification of tourism products that do not exist in other tourist villages in Malang and other cities in Indonesia. The photo spot is a tourist destination for existing visitors. To be able to upload photos on social media owned. So that the resulting output is the Strategic Plan of the Kajoetangan Heritage Village with Product Diversivication.

Keywords : Kampung Heritage Kajoetangan, Strategic Plan, Product Diversivication.

1. PENDAHULUAN

Kampung Heritage Kajoetangan, meru pakan kampung ditengah kota Malang yang sudah lama berkembang sejak jaman penjajahan belanda yang tetap melestarikan bangunan dan suasana lama, serta sekarang dijadikan kawasan wisata Heritage Kajoetangan. Hal yang membedakan pengemangan Kampung Heritage Kajoetangan Kota

Malang dengan kampung wisata lain di kota Malang, seperti kampung Warna-warni Jodipan, Kampung Biru, Glintung go green, terletak pada bangunan-bangunannya, rumah-rumah yang ada di Kampung heritage kayutangan kota Malang adalah rumah kuno yang didirikan sejak jaman Belanda. Sehingga Kampung heritage kayutangan kota Malang

mempunyai wisata sejarah tersendiri peninggalan jaman Belanda.

Saat ini Kampung Heritage Kajoetangan menjadi tempat kunjungan wisata baik untuk wisatawan lokal, regional dan asing. Rata-rata wisatawan datang dan berkunjung ke Kampung Heritage Kajoetangan untuk menikmati suasana kampung tempo dulu dengan bangunan-bangunan kuno, barang-barang kuno, dengan aliran sungai dan kampung seperti halnya jaman penjajahan Belanda. Setiap hari dengan rata-rata pengunjung di atas 50 orang pada saat sebelum Covid-19 dan diatas 100 orang pada saat akhir pekan. Ini menunjukkan bahwa Kampung Heritage Kajoetangan merupakan kampung wisata yang diminati masyarakat Malang, Jawa Timur dan bahkan manca Negara.

Salah satu toko makanan dan ice cream yang sudah ada sejak jaman Belanda adalah “Toko Oen”, yang selalu banyak turis manca negara hadir dan membeli makanan serta makan di toko “Oen” tersebut. Ada beberapa turis, datang ke “Toko Oen” karena pada masa kecilnya pernah diajak orang tua nya atau kakek neneknya datang dan makan di toko “Oen” tersebut, sehingga untuk mengenang masa kecilnya mereka datang kembali ke Kota Malang makan di Toko “Oen” tersebut. Sedangkan jika mereka jalan-jalan di sekitar toko Oen, dapat mengunjungi kampung kayutangan yang berada di deretan belakang dari Toko “Oen” sampai pertokoan Rajabali. Biasanya para turis menyusuri

kampung disamping sungai yang ada di Kampung Heritage Kajoetangan.

Untuk mengembangkan wisata Kampung Heritage Kajoetangan, penduduk melengkapi rumahnya dengan perlengkapan-perengkapan kuno, seperti halnya mesin ketik kuno, pemutar piringan hitam, lagu-lagu lawas, sepeda onta dan lain-lain. Usaha ini dapat menambah jumlah pengunjung untuk hadir dan berwisata di Kampung Heritage Kajoetangan. Seperti halnya tempat wisata lain, jika hanya mengandalkan satu wisata utama saja maka lama kelamaan pengunjung akan turun, karena sudah pernah mengunjungi dan ada fotonya. Sehingga Kampung Heritage Kajoetangan membutuhkan rencana strategis dengan diversifikasi produk agar pengunjung tetap banyak di masa-masa yang akan datang. Hal ini dikarenakan jika pengunjung sudah pernah datang dan sudah foto di lokasi tersebut, jika tidak ada perubahan atau perkembangan lagi maka wisatawan akan merasa enggan untuk datang kembali.

Permasalahan yang dihadapi oleh Kampung Heritage Kajoetangan adalah menurunnya pengunjung selain permasalahan covid 19 juga kurangnya diversifikasi produk guna mengundang wisatawan baik lokal, regional maupun manca Negara untuk datang dan berwisata kembali ke Kampung Heritage Kajoetangan. Sehingga kampung heritage kayutangan membutuhkan strategic plan untuk mengembangkan kampung wisata dan meningkatkan jumlah pengunjung di masa mendatang dengan product diversivication.

Salah satu rencana strategi pengembangan untuk diversifikasi produk dan yang belum ada di Kampung Heritage Kajoetangan adalah yang pertama pusat kuliner tradisional jadul, karena pusat kuliner memang sangat banyak di Kota Malang tetapi pusat kuliner yang menyajikan sajian kuliner atau jajanan tempo dulu hampir tidak ada. Misalkan serabi yang dimasak menggunakan tembikar dan bahan bakar kayu bakar, pada saat ini sudah tidak dijumpai lagi di kota Malang. Jika Kampung Heritage Kajoetangan ada pusat kuliner tradisional tempo dulu, maka pengunjungnya akan banyak terus, karena sebagai penikmat kuliner, jika menginginkan kuliner tersebut akan datang ke Kampung Heritage Kajoetangan sambil berwisata di tempat ini, sehingga rencana Kampung Heritage Kajoetangan membuat pusat kuliner tradisional merupakan rencana strategis untuk diversifikasi produk dari kampung wisata itu sendiri untuk mendatangkan pengunjung dan konstan banyak di masa yang akan datang.

Rencana diversifikasi yang kedua adalah penjualan pusat souvenir dan oleh-oleh dari Kampung Heritage Kajoetangan, karena pusat souvenir dan oleh-oleh ini memang belum ada, sehingga ini menjadi bagian dari rencana strategis dari pengembangan diversifikasi produk Kampung Heritage Kajoetangan. Salah satu pengembangan pusat souvenir dari Kampung Heritage Kajoetangan ini akan membawa dampak pada pengembangan promosi dari Kampung

Heritage Kajoetangan. Seperti halnya pembuatan kaos bertuliskan Kampung Heritage Kajoetangan, maka akan dipakai oleh pembeli di keseharian di daerah asalnya, hal ini akan dibaca oleh yang melihat dan pembaca kaos tersebut di daerah asal dari pengunjung tadi dan akan menimbulkan daya tarik untuk orang di sekitar pengunjung tersebut mendapatkan kaos serupa. Multiplier efeknya akan mendatangkan pembeli baru kaos tersebut ke pusat souvenir, yang secara tidak langsung mereka juga akan berwisata ke Kampung Heritage Kajoetangan, sehingga rencana pendirian pusat souvenir dan oleh-oleh Kampung Heritage Kajoetangan merupakan rencana strategis yang cukup baik dalam pengembangan diversifikasi produk dari Kampung Heritage Kajoetangan juga pengembangan pemasaran dari kampung wisata tersebut.

Secara teoritis, seluruh perusahaan akan berusaha untuk mencapai tujuan perusahaannya dengan cara memberikan produk atau jasa yang ditawarkan, dan perusahaan akan berusaha untuk memenuhi keinginan pelanggannya supaya terjadi pembelian yang akan berdampak pada keuntungan bagi perusahaan. Kebutuhan dan keinginan pelanggan akan terus berubah dan meningkat sesuai dengan perkembangan zaman, sehingga pelanggan akan selalu mencari produk atau jasa yang terbaik menurut kebutuhan dan keinginan mereka. Bisa jadi produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan sudah harus bertambah atau

berkembang menyesuaikan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Salah satu strategy untuk memenuhi kondisi ini adalah strategi diversifikasi produk. Diversifikasi produk merupakan salah satu strategi untuk menganeka ragamkan jenis produk yang ditawarkan kepada pelanggan.

Terkait dengan analisis situasi diatas maka, kami dari LPPM STIE Malangkucewara melakukan diskusi terbatas dan mengundang dari Pokdarwis dari Kampung Heritage Kajoetangan untuk menggali permasalahan-permasalahan yang dihadapi serta memberikan wawasan tentang kemungkinan-kemungkinan yang dapat dikembangkan dari Kampung Heritage Kajoetangan. Usulan-usulan tersebut dituangkan dalam usulan rencana strategis pengembangan Kampung Heritage Kajoetangan dengan diversifikasi produk.

2.KAJIAN LITERATUR

Beberapa definisi Diversifikasi Produk akan dijelaskan dibawah ini. Menurut Tjiptono (2008 : 132), pengertian diversifikasi adalah sebagai upaya mencari dan mengembangkan produk atau pasar baru, atau keduanya, dalam rangka mengejar pertumbuhan, peningkatan penjualan, profitabilitas, dan fleksibilitas. Sedangkan menurut Assauri (2007:198), diversifikasi produk dilakukan oleh suatu perusahaan sebagai akibat dilaksanakannya pengembangan produk, sementara produk lama secara ekonomis masih dapat dipertahankan.

Fitriani, Saroni dan Widodo (2011) menjelaskan bahwa pengertian diversifikasi adalah sebagai upaya mencari dan mengembangkan produk atau pasar baru, atau keduanya, dalam rangka mengejar pertumbuhan, peningkatan penjualan, profitabilitas, dan fleksibilitas.

3.METODE

Metode pelaksanaan dari rencana strategis pengembangan Kampung Heritage Kajoetangan dengan diversifikasi produk, yang pertama membentuk FGD (Focus Group Discussion) dengan beberapa pengelola wisata dari Kampung Heritage Kajoetangan, melakukan kunjungan dan melakukan pengamatan tentang kemungkinan pengembangan dari Kampung Heritage Kajoetangan melalui diversifikasi produk.

Kunjungan dilakukan untuk pengamatan pada tempat-tempat atau rumah-rumah yang mempunyai model kuno dan model bangunan jaman Belanda. Selain itu juga pengamatan pada tempat yang memungkinkan menjadi tempat penjualan souvenir dan oleh-oleh dari Kampung Heritage Kajoetangan.

Koordinasi tentang kemungkinan menjadi tempat pusat kuliner tempo dulu dari Kampung Heritage Kajoetangan, sehingga dapat menjadi jujugan dari wisatawan yang mau membeli jajanan tradisional tempo dulu, misalkan sepanjang pinggir jalan di Jalan Basuki Rahmat di hari Minggu. Hari

sepanjang Kampung Heritage Kajoetangan gang 8 menjadi pusat kuliner.

FGD (Focus Group Discussion) kedua untuk pemaparan pada pengelola wisata Kampung Heritage Kajoetangan tentang rencana strategis dari diversifikasi produk sebagai pendukung dari produk utama yaitu wisata Kampung Heritage Kajoetangan. FGD (Focus Group Discussion) ketiga yaitu presentasi draft dari rencana strategis pengembangan Kampung Heritage Kajoetangan dengan diversifikasi produk.

Pendampingan pengelolaan pengembangan Kampung Heritage Kajoetangan dalam hal diversifikasi dan penyuluhan kepada masyarakat di Kampung Heritage Kajoetangan.

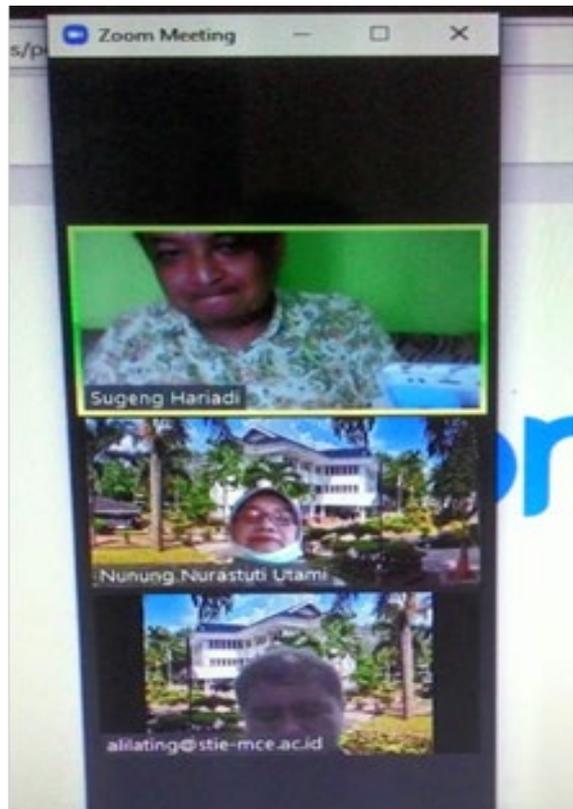
FGD yang dilakukan dikampus STIE Malangkuçeçwara baik untuk penggalian data dan permasalahan yang ada, pemaparan alternatif-alternatif pengembangan dan pemilihan alternatif pengembangan yang dituangkan dalam Rencana Strategis Pengembangan Kampung Heritage Kajoetangan dalam Diversifikasi Produknya. Indikator keberhasilan dari kegiatan ini adalah tersusunnya draft Strategic Plan Kampung Heritage Kajoetangan dengan Product Diversification dengan dasar pengembangan kampung wisata bagi pengelola Wisata di masa mendatang.

4.HASIL

Hasil kegiatan PKM ini dapat dilihat dari beberapa kegiatan dibawah ini:



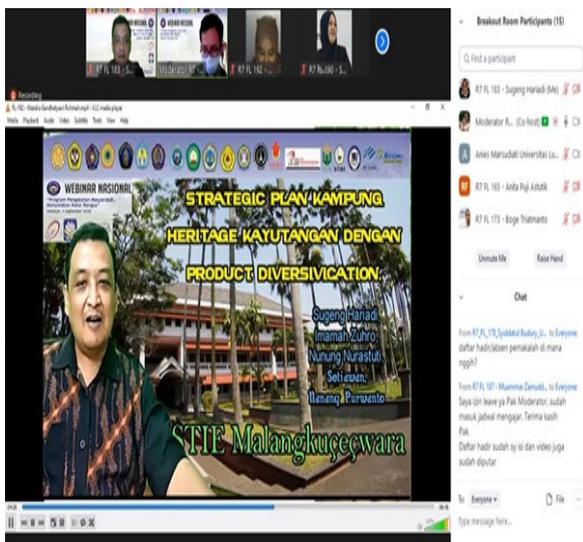
Gambar 1 : kegiatan FGD dengan mitra manajemen Kajoetangan Herrytage.



Gambar 2: Rapat via zoom meeteng tentang Perencanaan Diversifikasi Produk Kajoetangan Herrytage



Gambar 3: Sosialisasi Kepada Manajemen Kajoetangan Herritage Tentang Produk Kue Khas KJT via Vidio Call Group



Gambar 4: Presentasi Kegiatan Seminar Nasional online tentang Diversifikasi Produk Kajoetangan Herritage



Gambar 5: Poto Peserta Kegiatan Seminar Nasional

5.SIMPULAN

Dari metode pelaksanaan yang dilakukan maka dapat diketahui bahwa diversifikasi produk merupakan hal yang dibutuhkan oleh Kampung Hetitage Kajoetangan dengan pengembangan pusat kuliner tradisional dan pusat penjualan souvenir yang bercirikan Kampung Hetitage Kajoetangan. Sehingga pengembangan Kampung Heritage Kajoetangan sangat membutuhkan diversifikasi produk sebagai perencanaan strategis guna peningkatan wisatawan baik lokal, regional maupun manca Negara di masa yang akan datang dan secara tidak langsung juga membawa dampak peningkatan pendapatan masyarakat Kampung Hetitage Kajoetangan itu sendiri.

6.DAFTAR REFERENSI

- Assauri, Sofjan, 2007, *“Manajemen Pemasaran” Edisi 1*, Rajawali Pers, Jakarta
- Fandy, Tjiptono, 2008, *“Strategi Pemasaran” Edisi 3*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Fitriani, Saroni dan Widodo. 2011. Tingkat Adopsi Terhadap Diversifikasi Pangan Berbasis Jagung pada

- Organisasi Kelompok Masyarakat di Propinsi Lampung. *Jurnal agribisnis Politeknik Negeri Lampung* Vol 24, No.1.
- Husein, Umar. 2002. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Cetakan kedua. Gramedia. Pustaka Utama: Jakarta
- Natasha, Priscilla dan Devie, "Analisa Pengaruh Strategic Planning terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Perusahaan" *Business Accounting Review, Universitas Kristen Petra Surabaya*, Volume 1, No 2 tahun 2013
- Priyadi, Maswar Patuh, "Perencanaan Stratejik", *Jurnal Ekuitas* Volume 4 No 2, Juni 2000.
- Jarrar, Nazmi Saeb, Malcolm Smith, "Product Diversification :the need for innovation and role of a balanced scorecard" *Jamar Journal*, Volume 9 No. 2, Januari 2011,