

Pemberdayaan Kelompok Masyarakat Suryasari dalam meningkatkan pelayanan dan pemasaran Agrowisata Petik Belimbing melalui Model Eduwisata STAR (*Sharing, Trying, and Adventuring*) berbasis produk Nata de Averrhoa carambola

Hesty Puspita Sari^{1*}, Mar'atus Sholihah², Abdi Pandu Kusuma³

^{1,2,3}Universitas Islam Balitar, Blitar, Indonesia

*Corresponding Author: hestysari1403@gmail.com

Info Artikel

Diterima: 20/09/2022

Direvisi: 21/09/2022

Disetujui: 21/09/2022

Abstract. Karangsari has a starfruit picking agrotourism which is managed by the Suryasari community service. The Agrotourism of starfruit provided visitors a very simple and less varied service. The most common package taken by visitors is the starfruit picking package. Meanwhile, the implementation of the education package is still not optimal because the education provided is only a brief explanation about the cultivation of star fruit that is given while walking around the garden while picking the starfruit. Priority partners problems arises are less than optimal services in Agrotourism, especially in education packages, lack of partner skills in processing star fruit, especially star fruit that is overripe or slightly defective (damaged), and not yet optimal digital marketing so that the number of visitors is still limited from the area. local. The purpose of this activity is to empower the Suryasari community service in improving agro-tourism services and marketing through the product-based STAR edutourism model to improve tourism services in Karangsari Belimbing Picking Agrotourism. The methods applied in this activity include: (a) socialization and discussion about the product-based STAR edutourism model, (b) training on how to become an edutourism guide indoors and outdoors, (c) training on making nata de Averrhoa carambola, (d) training in technical- digital marketing techniques, and (e) assisting partners in implementing product-based STAR edutourism packages to digital marketing. The results of this service could increase the partner's quality to become indoor and outdoor edutourism guides, increase the partner's ability to process starfruit into nata, and increase the partner's ability in digital marketing as shown by the results of partner responses to training activities that are quite good with 95% reaction level indicators, learning level 87%, behavior level 83%, and result level 80%. PkM activities also increase digital marketing activities by partners with the Karangsari Picking starfruit Agrotourism website. This activity has a positive impact on the Suryasari community service so that it is more qualified and able to provide maximum service for visitors to Karangsari starfruit picking agrotourism, Blitar, East Java.

Keywords: Karangsari, STAR Education, Agrotourism, Picking Starfruit

Abstrak. Karangsari memiliki agrowisata petik belimbing yang dikelola oleh kelompok masyarakat Suryasari. Meskipun bentuknya berupa Agrowisata, namun pelayanan yang diberikan kepada pengunjung sangat sederhana dan kurang bervariasi. Paket yang paling umum diambil oleh pengunjung adalah paket petik belimbing. Sedangkan paket edukasi pelaksanaannya masih belum optimal karena edukasi yang diberikan hanya berupa penjelasan singkat tentang budidaya tanaman belimbing yang diberikan saat berkeliling kebun sambil memetik buah belimbing. Permasalahan prioritas dari mitra yaitu kurang optimalnya pelayanan di Agrowisata khususnya pada paket edukasi, kurangnya keterampilan mitra dalam mengolah buah belimbing khususnya pada buah belimbing yang lewat masak atau yang sedikit cacat (rusak), serta belum optimalnya pemasaran secara digital sehingga jumlah pengunjung masih terbatas dari wilayah lokal. Tujuan kegiatan ini adalah memberdayakan kelompok masyarakat Suryasari dalam meningkatkan pelayanan dan pemasaran Agrowisata melalui model eduwisata STAR berbasis produk sehingga mampu meningkatkan pelayanan wisata di Agrowisata Petik Belimbing Karangsari. Metode yang diterapkan dalam kegiatan ini diantaranya: (a) sosialisasi dan diskusi tentang model eduwisata STAR berbasis produk, (b) pelatihan cara menjadi guide eduwisata secara indoor dan outdoor, (c) pelatihan pembuatan nata de Averrhoa carambola, (d) pelatihan teknik-teknik pemasaran digital, dan (e) mendampingi mitra dalam melaksanakan paket eduwisata STAR berbasis produk hingga pemasarannya secara digital. Hasil pengabdian ini dapat meningkatkan kemampuan mitra menjadi guide eduwisata indoor maupun outdoor, meningkatkan kemampuan mitra dalam mengolah belimbing menjadi nata, serta meningkatkan kemampuan mitra dalam pemasaran digital yang ditunjukkan dengan hasil respon mitra terhadap kegiatan pelatihan yang cukup bagus dengan indikator reaction level 95%, learning level 87%, behaviour level 83%, dan result level 80%. Kegiatan PkM juga meningkatkan aktivitas pemasaran digital oleh mitra dengan adanya website Agrowisata Petik Belimbing Karangsari. Kegiatan ini memberi dampak positif terhadap kelompok masyarakat suryasari sehingga lebih berkualitas dan mampu memberikan pelayanan maksimal untuk pengunjung agrowisata petik belimbing Karangsari Blitar Jawa Timur.

Kata Kunci: Karangsari, Eduwisata STAR, Agrowisata, Petik Belimbing

How to Cite: Sari, H. P., Mar'atus, M., & Kusuma, A. P. (2022). Pemberdayaan Kelompok Masyarakat Suryasari dalam meningkatkan pelayanan dan pemasaran Agrowisata Petik Belimbing melalui Model Eduwisata STAR (*Sharing, Trying, and Adventuring*) berbasis produk Nata de Averrhoa carambola. *Prima Abdika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 23), 299-311. <https://doi.org/10.37478/abdika.v2i3.2085>



Copyright (c) 2022 Hesty Puspita Sari, Mar'atus Sholihah, Abdi Pandu Kusuma. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

Pendahuluan

Karangsari merupakan daerah penghasil belimbing terbesar di Kota Blitar. Varietas belimbing yang dihasilkan berupa varietas belimbing Karangsari atau Bangkok merah Karangsari (Baswarsiati, 2017). Varietas tersebut merupakan salah satu tanaman lokal asli Blitar. Sebagian besar lahan milik kelurahan Karangsari dan pemerintah Kota Blitar dijadikan kebun belimbing dan dikelola sebagai Agrowisata oleh kelompok masyarakat Karangsari. Tujuannya adalah untuk mengenalkan dan melestarikan varietas belimbing Karangsari serta memajukan ekonomi masyarakat daerah Karangsari.

Pembangunan kawasan agrowisata secara ekonomis dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi masyarakat (Agumdhana, 2022; Siahaan & Silaban, 2022). Meskipun bentuknya berupa Agrowisata, namun pelayanan yang diberikan kepada pengunjung sangat sederhana dan kurang bervariasi yaitu paket memetik buah belimbing, paket edukasi, paket *outbound*, paket *gathering* keliling desa wisata di kecamatan Sukorejo Kota Blitar, dan paket *city tour* Kota Blitar seperti pada Gambar 1. Paket yang paling umum diambil oleh pengunjung adalah paket petik belimbing. Sedangkan untuk paket edukasi pelaksanaannya masih belum optimal karena edukasi yang diberikan hanya berupa penjelasan singkat tentang budidaya tanaman belimbing yang dilakukan saat berkeliling kebun sambil memetik buah belimbing.

Adanya paket edukasi ini sebenarnya bertujuan untuk mengenalkan varietas belimbing Karangsari yang merupakan tanaman lokal asli Kota Blitar supaya masyarakat mau ikut melestarikan dan membudidayakannya di rumah. Akan tetapi edukasi yang diberikan pada paket ini kurang optimal karena penjelasannya dilakukan saat berkeliling kebun dan sambil memetik buah belimbing. Jika jumlah rombongan pengunjungnya banyak, hanya beberapa orang saja yang memperoleh informasi terkait edukasi budidaya tanaman buah belimbing, sedangkan yang lain tidak bisa mendengar penjelasan dengan jelas dan hanya fokus pada buah belimbing yang matang di kebun. Apalagi jika paket ini diambil oleh para pelajar seperti siswa TK, SD, SMP, atau SMA. Para pelajar akan sulit fokus pada materi edukasi jika metode penyampaiannya dengan berjalan-jalan di kebun. Kebanyakan para pelajar akan lebih fokus untuk memetik buah belimbing yang sudah matang. Oleh karena itu metode penyampaian dalam paket edukasi ini perlu di perbaiki.



Gambar 1. Pilihan paket di Agrowisata Belimbing Karangsari

Permasalahan lain yang dialami oleh kelompok masyarakat Suryasari yang mengelola Agrowisata adalah terkait produk buah belimbing yang dihasilkan. Hasil panen buah belimbing dari kebun Agrowisata semua dijual dalam bentuk buah segar. Perkilonya dihargai sebesar sepuluh ribu rupiah. Meskipun harga ini cukup mahal dan menguntungkan, tetapi buah belimbing segar ini tidak bisa bertahan cukup lama. Paling lama buah belimbing hanya bisa bertahan sekitar 5-8 hari pada suhu ruang (Baswarsiati, 2017; KUSMIYATI et al., 2022). Apabila pengunjung Agrowisata hanya sedikit, buah belimbing banyak yang tidak dipetik dan akhirnya lewat matang.

Permasalahan ini sering terjadi apabila jumlah pengunjung di Agrowisata sedikit karena jumlah pengunjung di Agrowisata tidak menentu setiap harinya. Buah belimbing yang sudah dipetik pengunjung kadang tidak semua dibeli. Banyak pengunjung yang senang memetik buah belimbing, sampai terkadang tanpa sadar pengunjung sudah memetik buah belimbing terlalu banyak. Buah belimbing yang sudah dipetik oleh pengunjung tetapi tidak dibeli akhirnya hanya dibiarkan membusuk di tanah kebun. Beberapa kelompok Usaha Mikro dan Kecil (UMK) ada yang mengolah buah belimbing menjadi makanan olahan seperti manisan, dodol, selai, dan minuman sari belimbing. Akan tetapi bahan yang digunakan selalu menggunakan buah belimbing yang masih segar dan bagus, sedangkan belimbing yang sudah lewat masak atau sedikit cacat akibat gigitan serangga hanya dibiarkan membusuk di tanah kebun. Hal ini dikarenakan buah belimbing yang cacat karena gigitan serangga atau yang sudah lewat masak akan mempengaruhi cita rasa karena rasanya tidak enak.

Permasalahan terkait buah belimbing yang sudah lewat masak, atau yang sudah dipetik tetapi tidak dibeli oleh pengunjung, dan juga buah belimbing yang sedikit cacat akibat gigitan serangga ini perlu diberikan alternatif solusi supaya buah belimbing dapat dimanfaatkan secara maksimal dan nantinya dapat menambah pendapatan untuk petani Agrowisata daripada hanya dibiarkan membusuk di tanah kebun. Kondisi buah belimbing yang dibiarkan membusuk di kebun Agrowisata dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Limbah buah belimbing yang lewat masak

Agrowisata petik belimbing Karang Sari belum lama diresmikan yaitu pada tanggal 3 Oktober 2017. Jika dihitung hingga saat ini, Agrowisata ini sudah beroperasi kurang lebih selama lima tahun. Selama lima tahun ini, pengunjung Agrowisata masih didominasi oleh warga lokal Blitar, kota-kota di daerah Jawa Timur, dan paling jauh adalah dari Jawa Tengah. Jumlah pengunjung setiap harinya juga tidak menentu. Hal ini dikarenakan kurangnya aktivitas promosi dan pemasaran yang dilakukan oleh pengelola Agrowisata. Kondisi ini sesuai dengan hasil penelitian lapang yang dilakukan oleh Rahmadanik bahwa kendala terbesar pada pengembangan Agrowisata belimbing Karang Sari adalah karena kurangnya promosi (Rahmadanik, 2017).

Pihak Agrowisata mengandalkan aplikasi Whatsapps, Facebook, dan Instagram sebagai media promosi. Namun pemanfaatan media sosial tersebut belum maksimal karena pihak pengelola jarang memperbarui postingan atau unggahan pada Instagram dan Facebook milik Agrowisata Belimbing Karang Sari. Selain itu Agrowisata Karang Sari belum memiliki website official sendiri. Website agrowisata masih menggunakan website yang terintegrasi dengan website Kecamatan Sukorejo. Kegiatan promosi dan pemasaran yang kurang optimal tentu akan mempengaruhi jumlah pengunjung di Agrowisata. Perencanaan strategi pemasaran yang tepat sangat penting dalam proses pengembangan sebuah unit usaha karena dengan strategi pemasaran yang tepat akan berdampak pada proses perkembangan usaha tersebut (Diaudin, 2022; Kistari & Marlina, 2022; Masduki et al., 2022). Apalagi agrowisata petik belimbing Karang Sari tidak selalu dibuka setiap hari. Apabila waktunya musim panen raya buah belimbing, Agrowisata ini dibuka setiap hari, tetapi jika tidak waktunya musim panen raya Agrowisata hanya dibuka dua sampai tiga hari setiap minggunya tergantung pada luas kebun belimbing yang siap panen.

Informasi terkait jam operasional buka Agrowisata ini penting untuk disebar luaskan kepada masyarakat supaya calon pengunjung yang berasal dari luar kota dapat mempersiapkan rencana kunjungannya. Hal ini bisa dilakukan apabila kegiatan promosi dan pemasaran dari pengelola Agrowisata berjalan dengan konsisten dan optimal serta dilakukan secara digital. Oleh

karena itu strategi pemasaran dan alat pemasaran yang digunakan di Agrowisata juga perlu diperbaiki supaya jumlah pengunjung bisa meningkat.

Berdasarkan analisis situasi di Agrowisata petik belimbing Karangsari dan beberapa permasalahan yang muncul, maka kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini diprioritaskan kepada peningkatan pelayanan dan pemasaran pada Agrowisata petik belimbing Karangsari yang dikelola oleh kelompok masyarakat Suryasari. Pada bidang pelayanan permasalahan difokuskan pada pengembangan paket eduwisata sebagai wujud peningkatan pelayanan kepada pengunjung, sedangkan pada bidang pemasaran difokuskan pada pembuatan *website official* dan pemanfaatan digital marketing sebagai wujud peningkatan pemasaran dan pengenalan Agrowisata kepada publik. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pelayanan wisata di Agrowisata Petik Belimbing Karangsari dengan pengembangan model eduwisata STAR (*Sharing, Trying, and Adventuring*) berbasis produk "*nata de Averrhoa carambola*", meningkatkan keterampilan mitra dalam membuat *nata de Averrhoa carambola* sebagai produk olahan belimbing Karangsari, meningkatkan pemasaran Agrowisata petik belimbing Karangsari secara digital, dan membimbing serta mendampingi mitra untuk menjadi guide eduwisata secara *indoor* dan *outdoor*.

Metode Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dengan berbagai metode yaitu 1) sosialisasi dan diskusi tentang model pengembangan eduwisata STAR berbasis produk. Tujuan diadakannya kegiatan ini adalah untuk mengenalkan model eduwisata STAR pada kelompok masyarakat Suryasari sebagai pengelola Agrowisata Petik Belimbing dan Gapoktan Karangsari sebagai pengelola kebun Belimbing di lokasi Agrowisata Petik Belimbing yang nantinya akan berperan sebagai *guide* dalam paket eduwisata ini. 2) Pelatihan cara menjadi *guide* eduwisata secara *indoor* dan *outdoor*. Kegiatan ini bertujuan untuk membelajarkan mitra menjadi pemandu dalam kegiatan *Sharing* pada paket eduwisata STAR. Sedangkan pelatihan menjadi *guide* eduwisata *outdoor* bertujuan untuk membelajarkan mitra dalam memandu kegiatan *Adventuring* pada paket eduwisata STAR. Melalui kegiatan pelatihan cara menjadi *guide* ini diharapkan keterampilan mitra dalam memandu wisata menjadi meningkat. 3) Pelatihan pembuatan *nata de Averrhoa carambola*. Kegiatan ini bertujuan untuk melatih mitra membuat *nata de Averrhoa carambola* sebagai produk olahan buah belimbing yang menjadi rangkaian model eduwisata STAR yaitu tahap *Trying*. Selain itu kegiatan ini juga bertujuan untuk melatih mitra supaya dapat memberikan pelatihan kepada pengunjung untuk membuat *nata de Averrhoa carambola* saat mengambil paket eduwisata. Kegiatan pelatihan meliputi membuat *nata de Averrhoa carambola* serta pengolahannya hingga siap untuk dikonsumsi. 4) Pelatihan Teknik-teknik pemasaran digital. Kegiatan ini bertujuan untuk melatih mitra mengoperasikan *website* dan melakukan pemasaran Agrowisata Petik Belimbing secara digital melalui *website*. Melalui kegiatan ini diharapkan mitra dapat menarik minat pengunjung yang lebih luas cakupannya, tidak hanya pengunjung dari lokal.

Evaluasi pelaksanaan program pengabdian masyarakat ini dilakukan dengan memberikan angket pemahaman dan angket respon kepada mitra saat sebelum dan setelah pelatihan. Angket yang digunakan untuk

mengetahui respon mitra terdiri atas empat indikator meliputi *reaction level*, *learning level*, *behaviour level*, dan *result level*.

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dilaksanakan pada tanggal 6-29 Agustus 2022. Program kegiatan yang dilakukan meliputi sosialisasi model eduwisata STAR, pelatihan *guide indoor* dan *outdoor*, pelatihan pembuatan *nata de Avertroa carambola*, dan pelatihan teknik pemasaran digital menggunakan *website*.

Kegiatan sosialisasi model eduwisata STAR dilaksanakan pada tanggal 6 Agustus 2022. Kegiatan ini dihadiri oleh 30 peserta yang terdiri dari 14 orang kelompok masyarakat Suryasari dan 16 orang dari gabungan kelompok tani (gapoktan) Karangasari. Pada kegiatan sosialisasi model eduwisata STAR turut hadir kepala desa kelurahan Karangasari dan ketua kelompok masyarakat Suryasari yaitu Bapak Abdul Muis. Sebelumnya paket edukasi yang tersedia di Agrowisata hanya ada edukasi anak dan umum dimana kegiatannya adalah jelajah kebun sambil diberikan edukasi tentang budidaya tanaman belimbing (edukasi anak) dan praktik perawatan tanaman belimbing atau pengolahan buah belimbing menjadi sirup (edukasi umum). Kegiatan edukasi ini kurang efektif dilakukan jika pengunjung yang mengambil paket edukasi banyak dan kegiatan edukasinya kurang mengena. Oleh karena itu tim mengembangkan paket eduwisata STAR untuk meningkatkan pelayanan di Agrowisata (Rahmadanik, 2018; Sari et al., 2022). Pada kegiatan sosialisasi ini dijelaskan tentang model eduwisata STAR 1, 2, dan 3 oleh narasumber dari tim pengabdian yaitu Hesty Puspitasari. Paket eduwisata STAR terbagi menjadi tiga pilihan dimana ketiganya memiliki jenis pelayanan yang berbeda untuk pengunjung. Pada ketiga paket STAR yang ditawarkan di dalamnya terdapat tiga kegiatan pokok yaitu *sharing*, *trying*, dan *adventuring* tetapi level kedalaman materinya berbeda. Berikut jenis layanan untuk program paket eduwisata STAR.

1. Paket eduwisata STAR 1

Pada tahap *sharing*, pengunjung di ajak ke ruangan tertutup untuk mendapatkan pengetahuan tentang tanaman belimbing dan cara membudidayakannya melalui video interaktif serta melakukan diskusi tanya jawab dengan guide. Pada tahap *trying*, pengunjung diarahkan untuk melihat demo proses produksi pembuatan *Nata de Avertroa Carambola* yang dilakukan oleh guide sebagai salah satu produk yang dapat dikembangkan dari buah belimbing serta dapat menikmati olahan nata yang sudah jadi. Di akhir tahapan adalah *adventuring* dimana pengunjung di ajak berkeliling kebun dan bebas untuk menikmati hijaunya kebun belimbing sambil memetik sendiri buah belimbing dan makan rujak di bawah pohon belimbing.

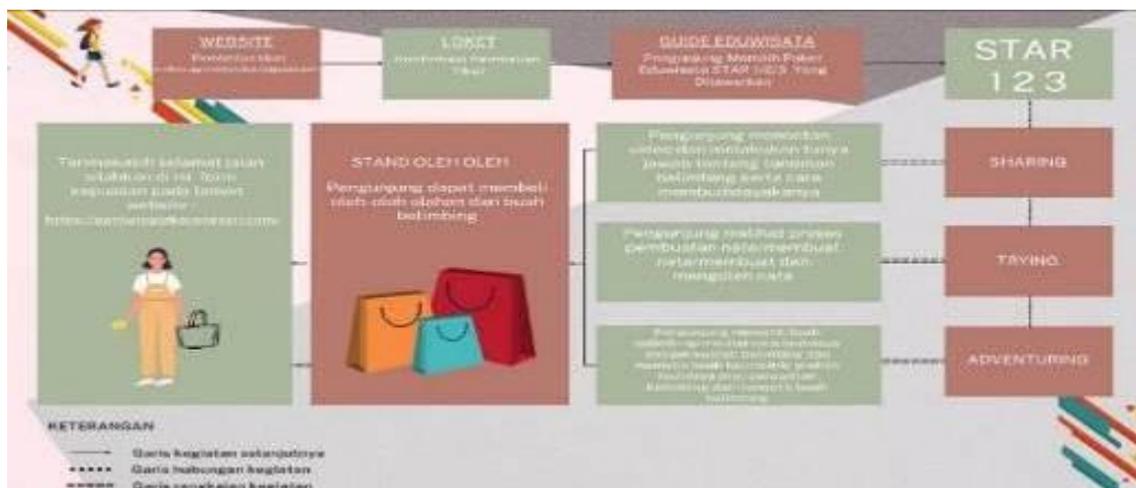
2. Paket eduwisata STAR 2

Pada tahap *sharing*, pengunjung di ajak ke ruangan tertutup untuk mendapatkan pengetahuan tentang tanaman belimbing dan cara membudidayakannya melalui video interaktif dan melakukan diskusi tanya jawab dengan guide. Pada tahap *trying*, pengunjung diarahkan untuk mencoba membuat *Nata de Avertroa carambola* sebagai salah satu produk yang dapat dikembangkan dari buah belimbing. Proses pembuatan nata yang

dilakukan pengunjung yaitu mulai tahap pembuatan substrat hingga inokulasi starter bakteri nata. Pengunjung juga di perbolehkan untuk menikmati hasil olahan *nata de Averhoa carambola* yang sudah jadi. Pada tahap *adventuring*, pengunjung di ajak berkeliling kebun dan bebas untuk menikmati hijaunya kebun belimbing sambil memetik sendiri buah belimbing dan makan rujak di bawah pohon belimbing. Pengunjung juga akan diberi penjelasan oleh petani tentang tanaman belimbing dan cara perawatan atau membudidayakannya secara langsung.

3. Paket eduwisata STAR 3

Pada tahap *sharing*, pengunjung di ajak ke ruangan tertutup untuk mendapatkan pengetahuan tentang tanaman belimbing dan cara membudidayakannya melalui video interaktif dan diberikan kesempatan berdiskusi bersama guide tentang tanaman belimbing sesuai video yang ditampilkan. Pada tahap *trying*, pengunjung diarahkan untuk mencoba membuat dan mengolah *Nata de Averhoa carambola* hingga siap untuk dikonsumsi. Proses pembuatan nata yang dilakukan pengunjung meliputi pembuatan substrat nata hingga inokulasi starter bakteri nata dan melakukan pengolahan pada nata yang sudah jadi untuk dijadikan es atau puding. Pengunjung juga dapat menikmati hasil pembuatan natanya sendiri secara langsung. Pada tahapan terakhir yaitu *adventuring* dimana pengunjung di ajak berkeliling kebun yang sedang dalam perawatan untuk melakukan pembelajaran secara *outdoor* tentang tanaman belimbing dan perawatannya serta pengunjung diajak untuk praktik merawat tanaman belimbing secara langsung. Kemudian pengunjung di ajak keliling ke kebun belimbing yang sudah siap panen untuk memetik buah belimbing dan makan rujak bersama di bawah pohon belimbing. Pengunjung juga akan didampingi oleh guide dan petani selama keliling di kebun. Rangkuman tahapan pada model eduwisata STAR ini dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Model Paket Eduwisata STAR

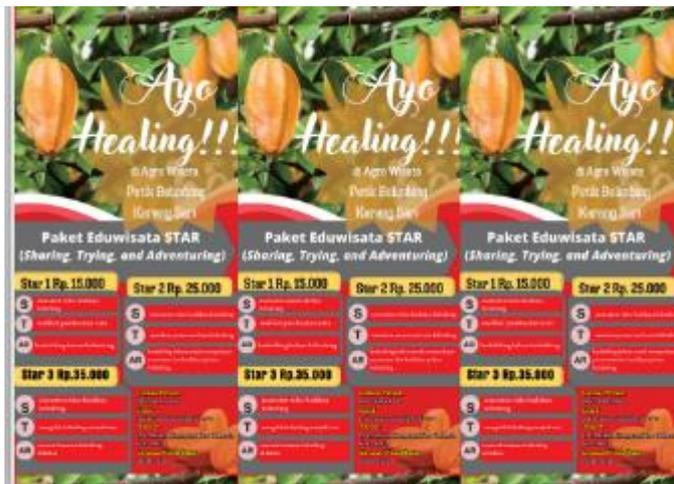
Pada kegiatan sosialisasi ini peserta antusias untuk mengikuti. Kelompok Suryasari dan Gapoktan memberikan tanggapan yang positif dengan adanya model eduwisata STAR ini. Selama paket eduwisata itu memberikan keuntungan untuk Agrowisata dan juga Gapoktan mereka siap untuk mendukung. Mereka juga siap untuk menjadi guide dalam

pelaksanaan paket eduwisata tersebut. Kegiatan sosialisasi model Eduwisata STAR ditunjukkan pada Gambar 4.



Gambar 4. Kegiatan Sosialisasi Model Eduwisata STAR

Kegiatan sosialisasi model Paket eduwisata STAR (*Sharing, Trying, and Adventuring*) di kemas dalam satu paket yang kekinian sehingga diharapkan mampu menjangkit pengunjung untuk berkunjung ke agrowisata petik belimbing Karangasari dan mengambil paket eduwisata. Dengan brosur yang menarik, akan menambah rasa ingin tahu pengunjung untuk berkunjung dan belajar (Sari et al., 2020). Untuk menjangkit pengunjung disiapkan brosur seperti pada gambar 5



Gambar 5. Brosur Paket eduwisata STAR

Pada tanggal 13 Agustus 2022 kegiatan dilanjutkan untuk pelatihan guide *indoor* dan *outdoor*. Kegiatan ini dihadiri oleh 30 peserta dari kelompok Suryasari dan gapoktan Karangasari. Pelatihan guide *indoor* dan *outdoor* bertujuan untuk melatih kelompok masyarakat Suryasari dan gapoktan untuk menjadi guide pada tahap *sharing* dan *adventuring* dalam model eduwisata STAR. Pada tahap *sharing*, guide akan bertugas memutar video interaktif tentang budidaya tanaman belimbing Karangasari serta memimpin kegiatan tanya jawab dengan pengunjung. Video diciptakan secara interaktif dan edukatif untuk memberikan pengalaman edukasi untuk pengunjung (Sari & Setiawan, 2021). Sedangkan pada tahap *adventuring*, guide bertugas untuk memandu pengunjung ke kebun belimbing untuk memetik buah belimbing, menunjukkan kebun belimbing yang masih dalam masa perawatan, dan

memandu pengunjung untuk melaksanakan praktik budidaya dan perawatan tumbuhan belimbing. Para peserta sangat antusias mengikuti kegiatan ini. Sebelumnya gapoktan hanya bertugas menjaga kebun belimbing yang siap panen untuk dikunjungi pengunjung yang akan memetik buah belimbing. Pada model eduwisata STAR gapoktan akan memiliki peran lain selain menjaga kebun yang siap panen yaitu menjadi pemandu dalam kegiatan budidaya dan perawatan buah belimbing yang belum matang. Dengan demikian semua kebun belimbing di Agrowisata Karang Sari dapat dimanfaatkan dalam paket eduwisata. Tidak hanya kebun yang siap panen tetapi juga kebun belimbing yang masih dalam masa perawatan. Kegiatan pelatihan guide *indoor* dan *outdoor* ditunjukkan pada Gambar 6.



Gambar 6. Pelatihan Guide Indoor dan Outdoor Paket Eduwisata

Kegiatan ketiga untuk program pengabdian ini adalah pelatihan pembuatan *nata de Averrhoa carambola* (nata dari buah belimbing) pada kelompok masyarakat Suryasari Karang Sari. Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 27 Agustus 2022 yang diikuti oleh 5 orang anggota kelompok Suryasari. Kegiatan ini hanya diikuti oleh 5 orang karena anggota kelompok Suryasari yang lain sudah diplotkan pada bidang masing-masing seperti bagian pemasaran digital dan loket serta guide *indoor* dan *outdoor* supaya masing-masing bisa lebih fokus pada bidangnya. Pada kegiatan pelatihan pembuatan nata ini peserta membuat nata dari buah belimbing yang sudah lewat masak dan mengolah nata yang sudah jadi menjadi minuman nata. Semua peserta mengikuti kegiatan pelatihan dengan sangat antusias. Masing-masing ikut bekerja mengambil peran. Ada yang memblender dan memeras buah belimbing untuk diambil sarinya sebagai bahan substrat nata. Ada yang merebus air untuk menyeterilkan nampan yang nantinya digunakan sebagai tempat substrat nata, dan ada yang memotong nata yang sudah jadi untuk dijadikan bahan minuman (Sholihah & Malahayati, 2021). Kegiatan pelatihan pembuatan dan pengolahan nata ditunjukkan pada Gambar 7.



Gambar 7. Pelatihan Pembuatan Nata de Avernhoa carambola

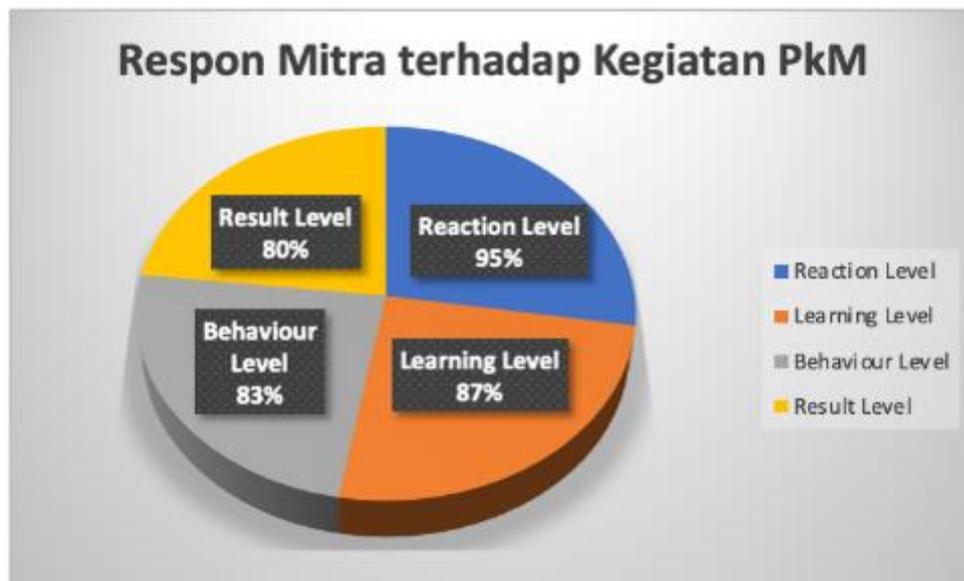
Kegiatan terakhir dari pengabdian masyarakat ini adalah pelatihan pemasaran digital dengan memanfaatkan *website* Agrowisata yang dilaksanakan pada tanggal 29 Agustus 2022. Kegiatan ini diikuti oleh 5 orang kelompok Suryasari yang bidangnya pemasaran dan loket. Peserta yang dipilih untuk mengikuti kegiatan pelatihan ini disesuaikan dengan kebutuhan yaitu mereka yang bisa mengoperasikan komputer, tidak gaktek (gagap teknologi), serta bisa dan aktif bermedia sosial. Hal ini dilakukan supaya peserta dapat mengoperasikan dan memanfaatkan *website* yang telah dibuat oleh tim pengabdian sebagai sarana pemasaran digital Agrowisata. Di dalam *website* Agrowisata yang dikembangkan oleh tim terdapat pilihan paket wisata di Agrowisata yang dapat dipilih oleh pengunjung seperti paket eduwisata STAR 1, STAR 2, STAR 3, regular (petik belimbing saja), paket *gathering*, paket *mini city tour*, paket meeting, dan paket *adventure outbond*. Selain itu pada *website* juga terdapat menu reservasi kunjungan yang disertai dengan pembelian tiketnya secara online. Sebelumnya pembelian tiket di Agrowisata hanya dilakukan secara *offline* langsung di Agrowisata. Dengan adanya *website* ini diharapkan pengunjung dapat merencanakan kunjungannya jauh-jauh hari dan bisa membeli tiketnya secara *online* (Harjoseputro & Herawati, 2018). Fasilitas ini akan sangat bermanfaat bagi pengunjung dari luar kota yang akan berkunjung ke Agrowisata. Pada *website* juga terdapat menu galeri foto, pembelian oleh-oleh, lokasi dan rute, rekap jumlah pengunjung, kontak kami, dan jam operasional Agrowisata. Saat pelatihan peserta juga mengikuti kegiatan dengan sangat antusias. Mereka senang dengan adanya *website* ini karena memudahkan mereka terutama saat pembelian tiket Agrowisata dan rekap data pengunjung. Setiap bulan pihak Agrowisata selalu membuat laporan terkait data pengunjung serta jumlah pemasukan mereka kepada pemerintah Kota Blitar. Dengan adanya *website* ini mereka merasa sangat terbantu. Kegiatan pelatihan pemasaran digital dengan memanfaatkan *website* ditunjukkan pada Gambar 8.



Gambar 8. Pelatihan Pemasaran Digital dengan memanfaatkan Website

Berdasarkan hasil angket evaluasi kegiatan diketahui bahwa respon mitra untuk indikator *reaction level* sebesar 95%. Hasil ini menunjukkan bahwa materi yang disampaikan oleh narasumber saat pelatihan relevan dengan kebutuhan kelompok masyarakat Suryasari tentang model eduwisata STAR, menjadi *guide indoor* dan *outdoor*, pembuatan nata belimbing, dan pemasaran digital sehingga memberikan kontribusi dalam peningkatan pengetahuan mitra dalam menjadi *guide* eduwisata, pembuatan *nata de Averrhoa carambola* dan pemasaran digital. Hasil respon mitra untuk indikator *learning level* sebesar 87%. Hasil ini menunjukkan bahwa adanya kegiatan pelatihan dalam pengabdian kepada masyarakat ini dapat membuat pemahaman mitra tentang menjadi *guide* eduwisata, pembuatan nata belimbing, dan pemasaran digital menjadi lebih baik. Sehingga dengan adanya pelatihan ini dapat meningkatkan kemampuan peserta menjadi *guide* eduwisata, meningkatkan kemampuan peserta dalam mengolah belimbing menjadi nata, dan melakukan pemasaran secara digital.

Kegiatan ini juga telah memberikan stimulus positif pada mitra untuk mengimplementasikan proses pembuatan nata belimbing dan teknik pemasaran digital serta memberikan motivasi pada mitra untuk mulai memproduksi nata sebagai produk unggulan Agrowisata dan melakukan pemasaran Agrowisata secara digital untuk menarik pengunjung dari berbagai daerah tidak hanya dari pengunjung lokal saja yang ditunjukkan dari hasil respon mitra pada indikator *behaviour level* sebesar 83%. Respon mitra pada indikator *result level* juga cukup baik yaitu sebesar 80%. Secara keseluruhan, berdasarkan respon tersebut diketahui bahwa kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan mitra tentang menjadi *guide* eduwisata, pembuatan nata belimbing, dan pemasaran digital. Kegiatan ini juga meningkatkan keterampilan mitra dalam menjadi *guide* eduwisata, meningkatkan keterampilan dalam proses pengolahan belimbing menjadi nata dan meningkatkan kemampuan mitra dalam pemasaran digital. Respon mitra terhadap kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini tergambar dalam diagram lingkaran yang dapat dilihat pada Gambar 9.



Gambar 9. Hasil Angket Respon Mitra Terhadap Kegiatan PkM

Simpulan dan Tindak Lanjut

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dihadiri oleh 100% peserta dengan antusias yang sangat baik. Kegiatan pengabdian memperoleh respon yang sangat baik dari para peserta yang ditunjukkan dari indikator *reaction level* 95%, *learning level* 87%, *behaviour level* 83%, dan *result level* 80%. Kegiatan pengabdian ini dapat meningkatkan kemampuan mitra dalam menjadi guide eduwisata, meningkatkan kemampuan mitra dalam mengolah belimbing menjadi nata, dan meningkatkan kemampuan mitra dalam melakukan pemasaran secara digital. Meskipun kegiatan ini berjalan dengan lancar dan memiliki dampak yang bagus bagi mitra, akan tetapi manajemen agrowisata perlu untuk diperbaiki supaya pelayanan di Agrowisata semakin baik. Oleh karena itu perlu pelatihan lanjutan seperti pelatihan manajemen agrowisata supaya manajemen keuangan dan pengaturan sistem kunjungan dapat terstruktur dengan baik.

Daftar Pustaka

- Agumdhana, R. (2022). Faktor Sosial Ekonomi Masyarakat dan Lingkungan yang Berperan Dalam Agrowisata. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 5(2), 305–312.
- Baswarsiati, B. (2017). Karakteristik, penciri dan keunggulan belimbing varietas karangsari sebagai varietas unggul asal jawa timur. *Agrika*, 11(2), 191–205.
- Diaudin, M. (2022). Business Model Canvas: Perencanaan Strategi Pengembangan Agrowisata Belimbing Karang Sari Kota Blitar di Masa Pandemi Covid-19. *Media Wisata*, 20(1), 88–101.
- Harjoseputro, Y., & Herawati, F. A. (2018). *Pemanfaatan Website sebagai Media Promosi Kampung Wisata Rejowinangun dan Pakualaman Yogyakarta*.
- Kistari, F. A., & Marlana, N. (2022). Analisis SWOT sebagai Strategi Pemasaran terhadap Perkembangan Usaha Sentra UKM Telur Asin Kecamatan Candi Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(2), 14595–14605.

- KUSMIYATI, F., Prayoga, K., Rosyida, R., Nurfadillah, S., & Bintang, A. S. (2022). *KAJIAN PENGEMBANGAN PERTANIAN PERKOTAAN DI KOTA SEMARANG*.
- Masduki, M., Abdullah, D., & Rusdiana, A. (2022). Pelatihan Pemasaran Digital Pelaku Usaha Mikro Kecil Desa Panjalin Kidul Kecamatan Sumberjaya. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 17–21.
- Rahmadanik, D. (2018). Empowerment of Starfruit Agro-Tourism as Tourism Icon in Blitar City. *Prosiding Semnasfi*, 1(1), 131–134.
- Sari, H. P., Fauzi, A., & Primasari, Y. (2020). Kreasi bahan ajar berkonsep game untuk pembelajaran ekstrakurikuler bahasa inggris tingkat sekolah dasar. *Abdimas Bela Negara*, 1(2), 51–63.
- Sari, H. P., & Setiawan, W. H. (2021). Peningkatan Teknologi Pendidik Pesantren Anak Sholeh melalui MEMRiSE: Coaching & Training. *Prima Abdika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(3), 81–90.
- Sari, H. P., Sofansyah, N. A., & Saputra, R. H. (2022). Enhancing Pre-Service Teacher's Creativity Through "Youtube" Project Based Learning. *EDUCATIO: Journal of Education*, 7(2), 79–91.
- Sholihah, M., & Malahayati, E. N. (2021). Pelatihan Pengolahan Produk Lokal Buah Nanas Menjadi Nata de pina sebagai Upaya Inovasi Produk Unggulan Siswa SMK. *Jurnal SOLMA*, 10(3), 532–540.
- Siahaan, O. G., & Silaban, I. (2022). Pengembangan Destinasi Agrowisata di Desa Tipang dengan Memanfaatkan Kearifan Lokal Sebagai Daya Tarik Wisata Desa Tipang. *Journal of Social Interactions and Humanities*, 1(2), 83–96.