

Implementasi dan Pelatihan Agrowisata Virtual Tour dan Branding Pada Kelompok Tani Green Fresh Pelaga

IGKG Puritan Wijaya ADH¹, Ni Nyoman Utami Januhari¹, I Made Surya Adiputra², I Made Arya Budhi Saputra^{1*}, I Made Bhaskara Gautama¹, I Gusti Ngurah Wikranta Arsa¹, Cahya Harya Dharma¹, Ni Putu Cindy Wulandari¹

¹ITB STIKOM Bali

puri@stikom-bali.ac.id, amik@stikom-bali.ac.id, aryabudhi@stikom-bali.ac.id, arsa@stikom-bali.ac.id, bhaskara@stikom-bali.ac.id, cahyaharya2016@gmail.com, cindywldr57@gmail.com

²Sekolah Menengah Kejuruan 1 Petang

surya.ad.p.41@gmail.com

Abstrak

Desa Pelaga menawarkan tempat wisata lengkap dengan ekologi. Desa Pelaga memiliki pertanian hortikultura yang luas dan beragam mulai dari sayuran, bunga, dan buah. Desa Pelaga memiliki Kelompok Tani Green Fresh Pelaga dengan anggota yang tersebar di seluruh banjar Desa Pelaga. Setiap anggota memiliki kebun yang sudah dikelola dengan baik dengan produksi komoditas sayur dan buah-buahan. Potensi tersebut menjadikan Desa Pelaga cocok menjadi salah satu tempat agrowisata yang juga merupakan salah satu program unggulan dalam RPJMDes Desa Pelaga. Namun, Kelompok Tani Green Fresh Pelaga belum menyadari potensi agrowisata tersebut karena kurangnya pengetahuan dan kurangnya media informasi untuk memperkenalkan potensi desa ini. Oleh karena itu, dibutuhkan branding dan media informasi agar potensi agrowisata Desa Pelaga dapat dikenal oleh lebih banyak orang sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat. Selain penggunaan media informasi, Kelompok Tani Green Fresh Pelaga juga membutuhkan pengetahuan tentang bagaimana mem-branding dan menggunakan media informasi ini. Kegiatan ini dilakukan dengan membuat media informasi berupa Virtual Tour yang meliputi suasana kebun dan konten-konten video agrowisata. Selain itu, dilakukan pelatihan penggunaan website virtual tour dan sosialisasi serta pelatihan tentang branding Agrowisata pada wilayah desa Pelaga khususnya pada Kelompok Tani Green Fresh Pelaga. Hal ini dilakukan untuk membuat potensi desa Pelaga menjadi lebih bisa diakses dan para petani paham tentang branding agrowisata. Berdasarkan hasil kegiatan, anggota kelompok tani sudah mampu memahami penggunaan brand dalam implementasi pada produk mereka. Selain itu para anggota kelompok tani Green Fresh juga sudah memiliki website virtual tour juga mampu menguasai pengelolaan dari website virtual tour tersebut.

Kata Kunci: Agrowisata, Pelaga, Tour, Virtual

Abstract

Pelaga Village offers tourist attractions complete with their ecology. Pelaga Village has a large and diverse horticultural farm ranging from vegetables, flowers, and fruit. Pelaga Village has a Farmers Group called Pelaga Green Fresh with members spread throughout the Pelaga Village hamlets. Each member has a well-managed garden with the production of vegetable and fruit

commodities. This potential makes Pelaga Village suitable as an agro-tourism location which is also one of the leading programs in the Pelaga Village RPJMDes. However, the Green Fresh Pelaga Farmer Group has not realized the potential of this agro-tourism due to a lack of knowledge and lack of information media to introduce the potential of this village. Therefore, branding

DOI: <https://doi.org/10.47134/comdev.v4i1.134>

*Correspondensi: I Made Arya Budhi Saputra

Email: aryabudhi@stikom-bali.ac.id

Received: 17-04-2023

Accepted: 26-05-2023

Published: 27-05-2023



Journal of Community Development is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Copyright: © 2023 by the authors.

and information media are needed so that the agro-tourism potential of Pelaga Village can be recognized by more people so that it can improve the welfare of the local community. In addition to using information media, the Green Fresh Pelaga Farmer Group also needs knowledge on how to brand and use this information media. This activity is carried out by creating information media in the form of a Virtual Tour which includes a garden atmosphere and agro-tourism video content. In addition, training was conducted on using the virtual tour website and socialization as well as training on Agro-tourism branding in the Pelaga village area, especially for the Pelaga Green Fresh Farmer Group. This is done to make the potential of Pelaga village more accessible and farmers understand about agro-tourism branding. Based on the results of the activity, members of the farmer groups have been able to understand the use of brands in the implementation of their products. In addition, the members of the Green Fresh farmer group also have a virtual tour website and are able to master the management of the virtual tour website.

Keywords: Agrotourism, Pelaga, Tour, Virtual

I. PENDAHULUAN

Desa Pelaga menawarkan tempat wisata lengkap dengan ekologi. Topografi desa ini adalah dataran tinggi yang memiliki suhu yang nyaman (Wahyuni and Anom, 2018). Selain itu, Desa Pelaga memiliki pertanian hortikultura yang luas dan beragam mulai dari sayuran, sampai bunga, dan buah (Wijaya *et al.*, 2020; Afita *et al.*, 2022). Jembatan Tukad Bangkung merupakan salah satu tempat wisata yang terkenal di Desa Pelaga, memiliki konstruksi yang megah dan dikelilingi pemandangan yang asri (Sari, Widhyadanta and Dewi, 2022). Selain Jembatan Tukad Bangkung, juga terdapat objek wisata lain yang tak kalah menarik seperti Air Terjun Nungnung, Kawasan Luar Pura Pucak Tedung, dan Desa Wisata Belok Sidan yang dapat berpotensi sebagai objek dalam pengembangan Desa Ekowisata (Suarja, Rejeki and Dewi, 2019). Desa Pelaga juga merupakan pusat produksi pertanian di Kabupaten Badung (Marsitadewi, 2021). Dengan ditemukannya potensi di bidang pertanian tersebut Desa Pelaga menjadi salah satu tempat Prioritas pelaksanaan pengabdian masyarakat ITB STIKOM Bali 2021. Pada wilayah Desa Pelaga memiliki Kelompok Tani Green Fresh Pelaga dengan anggota yang tersebar di seluruh banjar Desa Pelaga. Setiap anggota memiliki kebun yang sudah terkelola dengan baik dengan produksi komoditas sayur dan buah-buahan.

Masyarakat Desa Pelaga yang terletak di Badung Utara sejatinya berkeinginan juga menikmati hawa pariwisata seperti yang dirasakan oleh masyarakat Badung Selatan. Pemerintah Kabupaten Badung telah merancang peraturan daerah tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah Tahun 2015-2030 di dalamnya terdapat perancangan agrowisata (Sutiarso, 2018). Pada Bab VI Bagian Rencana Kawasan Pengembangan Pariwisata Pasal 23 ayat (1A) dijelaskan bahwa kawasan pengembangan pariwisata Kecamatan Petang mengembangkan agrowisata dan ekowisata, Desa Pelaga merupakan desa unggulan pengelolaan agrikultur pertanian dan perkebunan (Sari, Selamet and Purnami, 2020). Potensi desa Pelaga sebagai tempat agrowisata yang sangat tinggi tersebut perlu disajikan dalam bentuk berbeda dalam mengenalkan pad acalon wisatawan (Pantiyasa, Sutiarso and Suprpto, 2020).

Virtual tour merupakan salah satu cara memperlihatkan dalam 3 dimensi terhadap suatu wilayah, daerah, ataupun lokasi dari jarak jauh yang dapat diakses oleh pengguna (Jagadtya and Aisyianita, 2020; Pantiyasa, Sutiarso and Suprpto, 2020), dalam hal ini untuk agrowisata dapat diimplementasikan pada website sehingga calon wisatawan dapat dengan mudah mengetahui daerah tempat tujuan agrowisata

tersebut (Afita *et al.*, 2022). Dengan potensi penataan serta keindahan perkebunan milik Kelompok Tani Green Fresh Pelaga memungkinkan menjadi sebuah produk virtual tour

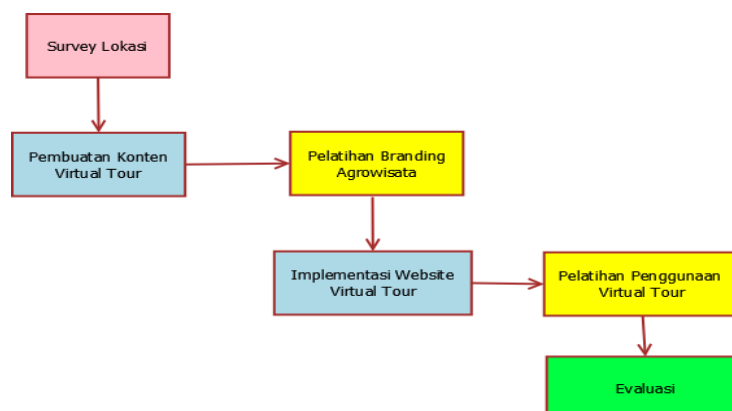


Gambar 1. Situasi Perkebunan Kelompok Green Fresh Pelaga

Namun, Kelompok Tani Green Fresh Pelaga belum menyadari potensi agrowisata tersebut karena kurangnya pengetahuan dan kurangnya media informasi untuk memperkenalkan potensi desa ini. Oleh karena itu, dibutuhkan branding dan media informasi agar potensi agrowisata Desa Pelaga dapat dikenal oleh lebih banyak orang sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat. Selain penggunaan media informasi, Kelompok Tani Green Fresh Pelaga juga membutuhkan pengetahuan tentang bagaimana mem-branding dan menggunakan media informasi ini. Kegiatan ini dilakukan dengan membuat media informasi berupa Virtual Tour yang meliputi suasana kebun dan konten-konten video agrowisata. Selain itu, dilakukan pelatihan penggunaan website virtual tour dan sosialisasi serta pelatihan tentang branding Agrowisata pada wilayah desa Pelaga khususnya pada Kelompok Tani Green Fresh Pelaga. Hal ini dilakukan untuk membuat potensi desa Pelaga menjadi lebih bisa diakses dan para petani paham tentang branding agrowisata.

II. METODE

Mitra dari kegiatan pengabdian ini berlokasi di desa Pelaga Kecamatan Petang, Kabupaten Badung Provinsi Bali. Lokasi ini berjarak $\pm 54,3$ Km dan memiliki waktu tempuh ± 1 jam 27 menit dari Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali. Tahapan yang dilakukan pada kegiatan pengabdian ini ditunjukkan pada Gambar 3 di bawah ini



Gambar 2. Tahapan Kegiatan

1 Survey Lokasi

Survey lokasi dilakukan untuk mengetahui kondisi dan permasalahan dari mitra.

2 Pembuatan Konten Virtual Tour

Pembuatan konten ini bertujuan untuk memastikan konten yang disajikan sudah memenuhi kebutuhan dari mitra yaitu kelompok tani Green Fresh Pelaga.

3 Pelatihan Branding Agrowisata

Pelatihan ini bertujuan untuk mengajarkan dari kelompok tani Green Fresh Pelaga dalam membuat branding dari produk mereka. Dalam kegiatan ini telah dihasilkan sebuah modul yang mendukung dalam proses pelatihan *branding*.

4 Implementasi Website Virtual Tour

Kegiatan ini bertujuan untuk mengimplementasikan dan mengintegrasikan konten yang telah dibuat dalam sebuah website. Dengan website diharapkan dapat mempermudah kelompok tani Fresh Green Pelaga dalam melakukan promosi produk.

5 Pelatihan Penggunaan Virtual Tour

Kegiatan ini bertujuan untuk memudahkan dari mitra yaitu kelompok tani Fresh Green Pelaga dalam menggunakan serta mengelola website virtual tour.

6 Evaluasi

Dilakukan untuk mengetahui tingkat pemahaman dari mitra tentang konsep branding dan penggunaan serta pengelolaan website.

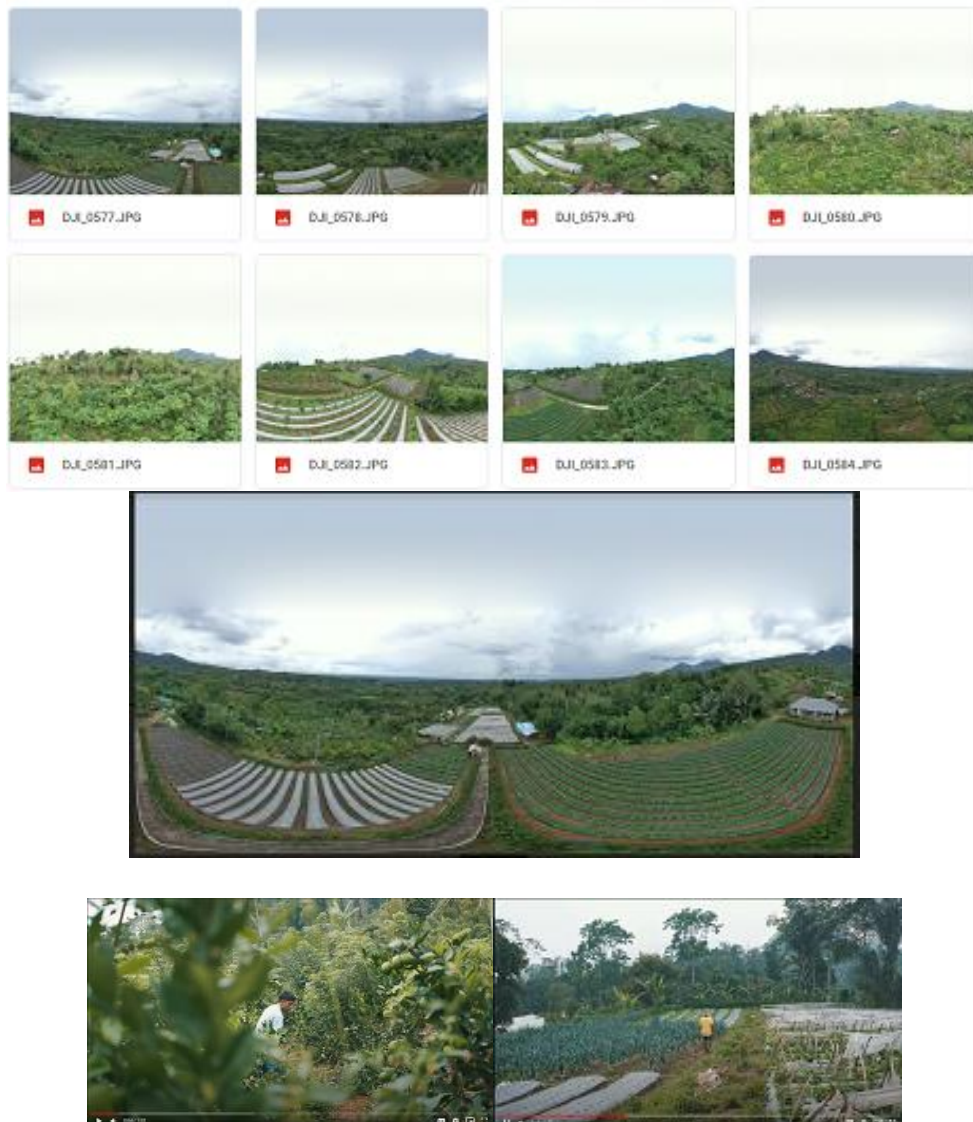
III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian ini diawali dengan survey ke lokasi mitra yang berlokasi di Kabupaten Tabanan Provinsi Bali. Kegiatan survey ditunjukkan pada gambar 4 di bawah ini. Pada kegiatan survey ini, tim berkunjung dan disambut oleh tim dari Green Fresh Pelaga. Survey dilakukan dengan melakukan wawancara dengan pengelola dan karyawan dari Green Fresh Pelaga.



Gambar 3. Kegiatan Survey Lokasi

Kegiatan dilanjutkan dengan pembuatan konten virtual tour. Dalam pelaksanaan ini menghadapi tantangan yaitu masalah Cuaca dalam pengambilan hasil foto dengan spesifikasi 360⁰ karena pada saat pengambilan perlu mencari saat cuaca cukup baik. Namun permasalahan tersebut dapat teratasi dan berhasil menghasilkan foto-foto 360⁰ pada kebun petani Green Fresh Pelaga sebagai berikut:



Gambar 4. Hasil Foto 360⁰ dan video Perkebunan Kelompok Tani Green Fresh Pelaga

Foto di atas merupakan foto 360⁰ yang digunakan untuk membuat aplikasi virtual tour. Foto tersebut dirangkai menggunakan aplikasi 3D Vista dengan hasil berupa halaman web yang kemudian dihosting pada web server. Selanjutnya dilakukan kegiatan membuat modul *branding* agrowisata dan sosialisasi serta pelatihan pengetahuan tentang brand agrowisata pada perkebunan kelompok tani Green Fresh Pelaga. Berikut adalah kegiatan dan modul yang dihasilkan.



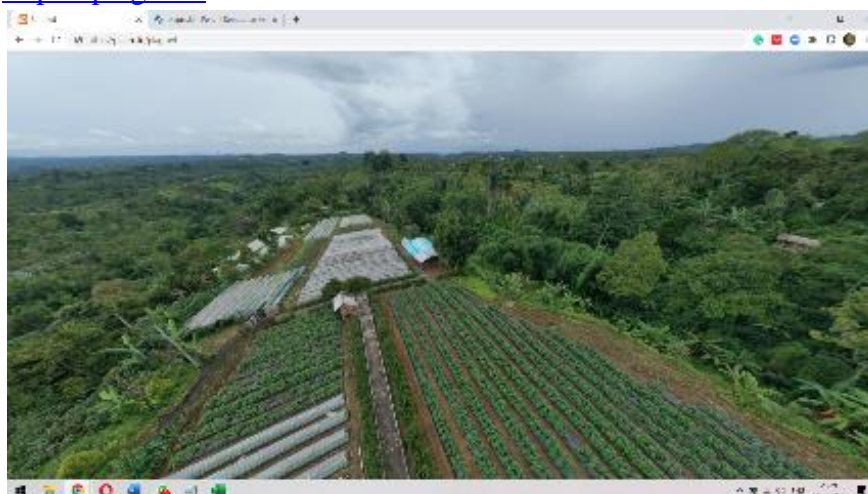
Gambar 5. Modul Branding Green Fresh Pelaga

Sosialisasi dilakukan dengan berdiskusi dengan mengunjungi perkebunan kelompok petani Green Fresh Pelaga lalu berdiskusi langsung dengan para pengelola kebun.



Gambar 6. Foto Sosialisasi Agrowisata Dengan Kelompok Tani Green Fresh Pelaga

Berdasarkan hasil tersebut secara langsung disambut antusias oleh para anggota kelompok tani. Anggota Kelompok Tani juga membantu mengarahkan untuk dihasilkan video-video dan foto yang memang menjadi prioritas kegiatan utama mereka yang bisa dijadikan konten untuk website virtual tour. Website virtual kelompok tani green fresh plaga terimplementasi pada website utama dari kelompok tani yaitu pada domain <https://plagro.id>.



Gambar 7. Implementasi Virtual Tour 360⁰

Pada website virtual tour tersebut terintegrasi gambaran dan video kegiatan komunitas Kelompok Tani Green Fresh Pelaga dalam melaksanakan kegiatan pertanian serta produksi komoditas pertanian yang dilakukan pada kelompok Tani tersebut. Seperti terlihat pada gambar 4.5 anggota kelompok tani diajarkan menggunakan dan memasukkan konten video pada website virtual tour 360.



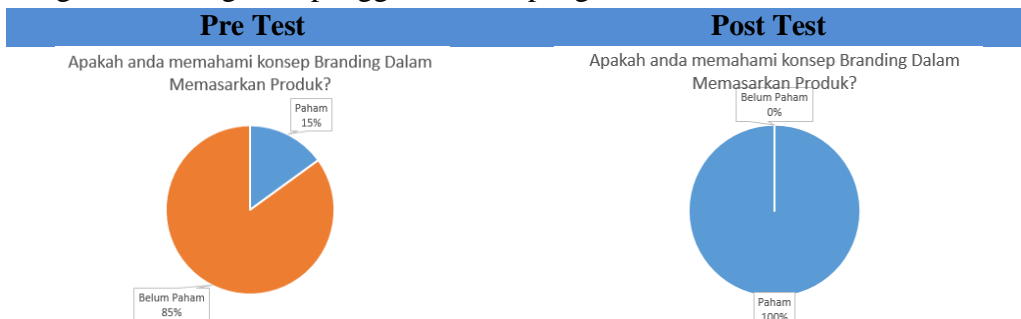
Gambar 8. Pelatihan Implementasi Konten Video Dalam Website Virtual Tour

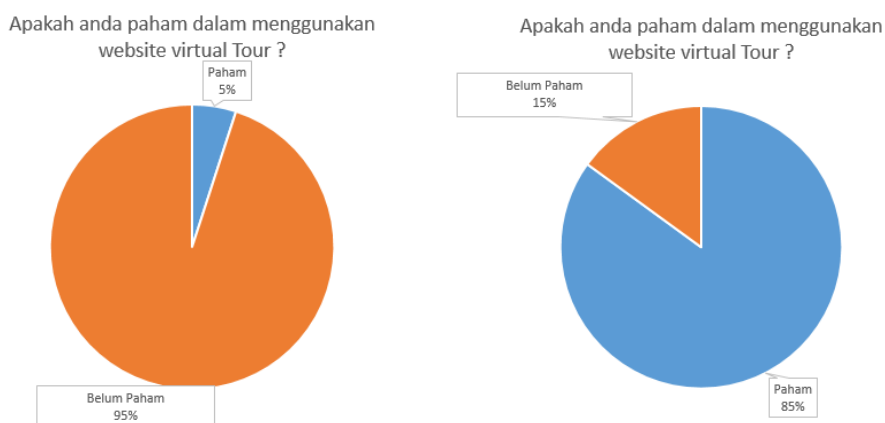
Selain itu para peserta juga sudah diberikan kemampuan mengelola dan menggunakan website virtual tour seperti terlihat pada gambar 4.6, sehingga kedepannya para anggota kelompok tani yang diberikan tugas mengelola konten baik foto maupun video dalam website virtual tour dapat melakukan pembaharuan konten yang sesuai dengan kondisi eksisting lahan pertanian yang mereka kelola.



Gambar 9. Pelatihan penggunaan dan pengelolaan virtual tour

Hasil evaluasi menyatakan 100% para anggota kelompok tani Green Fresh Pelaga telah memahami konsep branding dalam pemasaran komoditas pertanian mereka, lalu 85% anggota kelompok tani sudah dapat dengan sangat baik menguasai penggunaan dan pengelolaan website virtual tour.





Gambar 10. Hasil Pre Test dan Post Test

IV. KESIMPULAN

Pengumpulan bahan konten website virtual tour berhasil diperoleh baik foto 360⁰ maupun video-video konten, proses pemberian pengetahuan tentang branding agrowisata melalui virtual tour juga sudah berhasil dilaksanakan dan disambut baik oleh para anggota kelompok Tani Green Fresh Pelaga, para anggota kelompok tani sudah mampu memahami penggunaan brand dalam implementasi pada produk mereka. Selain itu Para anggota kelompok tani Green Fresh juga sudah memiliki website virtual tour juga mampu menguasai pengelolaan dari website virtual tour tersebut.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan ke hadapan Tuhan Yang Maha Esa atas karunia-Nya, sehingga penulis dapat melaksanakan Pengabdian Masyarakat yang berjudul "Implementasi dan Pelatihan Agrowisata Virtual Tour dan Branding Pada Kelompok Tani Green Fresh Pelaga". Dalam penyusunan laporan ini, penulis banyak memperoleh petunjuk dan bimbingan dari berbagai pihak. Sehubungan dengan hal tersebut pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Dadang Hermawan., selaku Rektor ITB STIKOM Bali.
2. Rekan-rekan di bawah naungan Wakil Rektor 1 ITB STIKOM Bali.
3. Kepala Desa Pelaga.
4. Kelompok Tani Green Fresh Pelaga.
5. Rekan-rekan Mahasiswa yang membantu pada saat pelaksanaan.

Penulis menyadari masih terdapat kekurangan dalam pelaksanaan pengabdian ini. Saran-saran yang membangun sangat diharapkan untuk menyempurnakan kegiatan Pengabdian Masyarakat ini. Akhir kata penulis mengharapkan semoga pengabdian ini dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi kita semua.

DAFTAR PUSTAKA

- Afita, N. *et al.* (2022) 'Pemberdayaan Bumdes Sidowayah Berbasis Virtual Tourism Dalam Pengembangan Kawasan Agrowisata Di Era New Normal', in *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian kepada Masyarakat (SINAPMAS)*.
- Jagadtya, K.H. and Aisyianita, R.A. (2020) 'Virtual Tour: Strategi Industri Pariwisata Selama Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Jakarta Good Guide)', *Melancong: Jurnal Perjalanan Wisata, Destinasi dan Hospitalitas*, 3(1), pp. 48–60.
- Marsitadewi, K.E. (2021) 'Strategi Pengembangan Desa Pelaga Sebagai Destinasi Agrowisata di Kabupaten Badung', *POLITICOS: Jurnal Politik dan Pemerintahan*, 1(1), pp. 24–31.
- Pantiyasa, I.W., Sutiarmo, M.A. and Suprpto, I.N.A. (2020) 'Peningkatan Potensi Masyarakat Dalam Pengembangan Destinasi "Pelaga Agrotourism Park" Melalui Program Pendampingan Desa Mitra Di Desa Pelaga Kabupaten Badung, Bali', *JPM17: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(01), pp. 7–12.
- Sari, R.J., Widhyadanta, I.G.D.S.A. and Dewi, N.L.G.S. (2022) 'Kajian Posisi Kawasan Desa Wisata Pelaga Berdasarkan Tourist Area Life Cycle', *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 11(1), pp. 203–210.
- Sari, T., Selamat, K. and Purnami, S. (2020) 'Analisis SWOT Dalam Pengembangan Agrowisata di Desa Pelaga Kecamatan Petang Kabupaten Badung', *WACANA EKONOMI (Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Akuntansi)*, 19(1), pp. 1–9.
- Suarja, I.K., Rejeki, I.N.M. and Dewi, N.I.K. (2019) 'Development of Potential-Based Tourism Models in Pelaga Village Tourism Village, Petang District, Badung Regency', in *International Conference On Applied Science and Technology 2019-Social Sciences Track (iCASTSS 2019)*, pp. 229–232.
- Sutiarmo, M.A. (2018) 'Kriteria Pengembangan Desa Pelaga Sebagai Destinasi Agropark di Kabupaten Badung', *DwijenAgro*, 8(2), pp. 108–113.
- Wahyuni, D. and Anom, I.P. (2018) 'Pemberdayaan kelompok masyarakat dalam pengemasan paket wisata pedesaan di Desa Pelaga Kecamatan Petang Kabupaten Badung', *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 6(2), pp. 210–216.
- Wijaya, I.P. *et al.* (2020) 'Pengelolaan Pemasaran Online Produk Pertanian Desa Pelaga', *WIDYABHAKTI Jurnal Ilmiah Populer*, 3(1), pp. 81–86.