

BAB II

PROFILE, PRODUK, DAN STAKEHOLDER DESA WISATA LEREP

Bab ini menjelaskan mengenai profile Desa Wisata Lerep melalui penjabaran terkait dengan, pengelolaan, capaian, kondisi geografis, dan daya tarik wisata. Selain itu, juga membahas strategi komunikasi maupun pemasaran yang telah dilakukan oleh Desa Wisata Lerep dan gambaran tujuan yang hendak dicapai. Melalui bab ini juga akan memperoleh gambaran mengenai produk dan layanan yang dimiliki, serta disediakan oleh Desa Wisata Lerep. Tentunya, juga akan dijelaskan mengenai stakeholder yang terkait dengan Desa Wisata Lerep.

2.1 Profile Desa Wisata Lerep

Desa Wisata Lerep merupakan satu dari 74 desa wisata yang ada di Kabupaten Semarang. Terletak di Kecamatan Ungaran Barat, Desa Wisata Lerep pertama kali diresmikan pada tahun 2015 berdasarkan Surat Keputusan Bupati Semarang No.556/0431/2015 (Esariti et al., 2023). Secara singkat sejarah Desa Lerep sendiri ditemukan oleh Kyai Kadilangu ketika terjadi peperangan antara Sunan Hasan Munadi dari daerah Nyatnyono dengan Ki Hajar Buntit (Lerep, 2024). Nama Lerep diambil dari kondisi tempat tersebut ditemukan, dimana Hasan Munadi sedang beristirahat di tempat yang sejuk dan indah. Visi yang dimiliki Desa Lerep, ialah semangat kegotongroyongan mewujudkan masyarakat Desa Lerep yang bertaqwa, aman, tentram, sejahtera, bermartabat, dan guyub rukun santosa. Pengelolaan Desa Wisata Lerep dilakukan oleh Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Lerep, yakni Gerbang Lentera. Namun, dalam hal pengembangan dan pemasarannya juga dilakukan oleh Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Rukun Sentosa.



Gambar 2.1 Logo Desa Wisata Lerep

Pada awal berdiri, Desa Wisata Lerep termasuk dalam desa wisata rintisan, yakni pada rentang tahun 2016-2018. Seiring berjalannya waktu Desa Wisata Lerep mengalami perkembangan dan pada rentang tahun 2018-2019 berhasil menaikkan statusnya menjadi desa wisata berkembang. Kemudian, pada tahun 2019 hingga saat ini Desa Wisata Lerep memperoleh status dalam klasifikasi desa wisata maju dan merupakan satu dari dua desa wisata maju di Kabupaten Semarang (Kummala et al., 2023). Selain perkembangan yang diperoleh, Desa Wisata Lerep juga kerap kali menorehkan prestasi terkait desa wisata. Pada tahun 2017 Desa Wisata Lerep berhasil menjadi Juara Umum Gelar Desa Wisata Jawa Tengah dan pada tahun 2019 menjadi salah satu desa wisata berkelanjutan bersama dengan 16 desa wisata lainnya di Indonesia (Esariti et al., 2023). Atas perkembangan dan prestasinya, Desa Wisata Lerep kerap kali digunakan sebagai desa percontohan dan studi banding bagi desa wisata lainnya. Salah satunya, sebagai desa percontohan di Provinsi Jawa Tengah (Susanawati et al., 2019).



Gambar 2.2 Tari Caping Gangsing

Desa Wisata Lerep terletak di kaki Gunung Ungaran, dengan ketinggian 300-700 mdpl, menawarkan keindahan alam pegunungan, udara sejuk, dan suhu antara 24-30°C (Susanawati et al., 2019). Desa ini memiliki beragam potensi wisata, termasuk wisata edukasi (pertanian, produk olahan, peternakan), wisata alam (Curug Indrokilo, Puncak Lerep), budaya (Iriban, Sadranan, Kadeso), serta

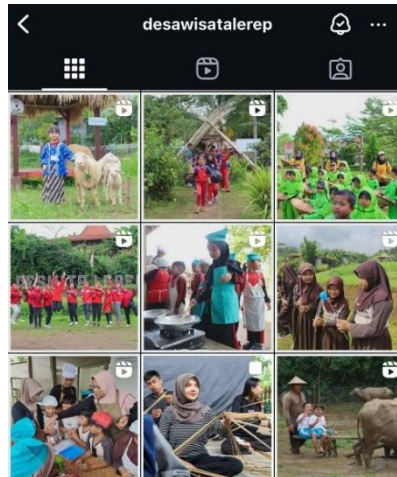
tarian khas seperti Gambyong, Soyong, dan Caping Gangsing. Desa ini juga memiliki wisata kuliner, air, dan embung Sebligo, serta homestays. Pengembangan wisata di Desa Lerep menekankan pada kearifan lokal dengan melibatkan masyarakat dalam pengelolaannya, yang memberikan manfaat ekonomi bagi penduduk setempat (Esariti et al., 2023).



Gambar 2.3 Wisata Edukasi Olahan Herbal

Pemasaran yang dilakukan Desa Wisata Lerep cenderung memanfaatkan sosial media sebagai sarana dalam memperkenalkan serta memasarkan produk dan potensi yang dimiliki. Saat ini, terdapat beberapa sosial media yang aktif digunakan, diantaranya Instagram dan TikTok melalui @desawisatalerep, kemudian YouTube dan Facebook melalui kanal Desa Wisata Lerep, serta pemanfaatan website melalui lerepdesawisata.com. Secara khusus, pemasaran sosial media yang dilakukan berfokus pada pemasaran konten emosional. Pemasaran konten emosional menekankan pada pendekatan emosional dan kebutuhan psikologis konsumen (Martini et al., 2023). Hal ini ditunjukkan dengan konten-konten yang menampilkan ekspresi pengunjung ketika melakukan aktivitas di Desa Wisata Lerep dengan tujuan untuk menampilkan emosi pengunjung dalam berwisata. Konten emosional dapat memberikan informasi mengenai produk atau layanan, serta dapat menyampaikan pesan untuk merangsang atau mempengaruhi emosi audiens (Martini et al., 2023).

Bersamaan dengan tujuan membuka segmentasi baru, pada tahun ini Desa Wisata Lerep berusaha mencapai *brand activation* pada produk wisata kebugaran yang akan dijalankan melalui serangkaian strategi komunikasi dan pemasaran.



Gambar 2.4 Contoh Pemasaran Konten Emosional

2.2 Produk & Layanan

2.2.1 Produk

Melalui potensi yang ada, Desa Wisata Lerep memiliki beragam produk yang ditawarkan kepada pengunjung. Secara lengkap, produk yang ditawarkan antara lain;

A. *Edu-eco tour*

Merupakan wisata yang menawarkan kegiatan edukasi, seperti budidaya tanaman, membuat sabun herbal, membuat olahan herbal, membuat gula aren, membuat batik *eco-print*, beternak, hingga membuat kerajinan bambu.

B. Wisata Alam

Wisata dengan menawarkan keindahan alam Desa Wisata Lerep, seperti Curug Indrokilo, Puncak Lerep, hingga perkebunan maupun sawah.

C. Wisata Budaya

Desa Wisata Lerep juga memiliki wisata budaya dengan menampilkan tradisi-tradisi yang berjalan disana, seperti Iriban,

Sadranan, dan Kadeso. Selain itu, juga menawarkan kesenian seperti tari Gambyong, tari Soyong, dan tari Caping Gangsing dimana pengunjung dapat belajar menari tarian tersebut.

D. Wisata Kuliner

Pada wisata kuliner, Desa Wisata Lerep memiliki event tersendiri dengan mengadakan pasar kuliner bertema Djadjan Ndeso Tempo Doeloe yang menyajikan makanan serta minuman tradisional, seperti sego tonjok, sego iriban, kopi ceplus, hingga wedang pala. Pasar kuliner secara khusus hanya diselenggarakan pada hari Minggu Pon.

E. *Homestays*

Selain menawarkan beragam wisata, Desa Wisata Lerep juga menyediakan *homestay* bagi pengunjung yang ingin merasakan tinggal di Desa Lerep.

2.2.2 Layanan

Layanan yang dimiliki Desa Wisata Lerep mengedepankan *experimental learning with local wisdom* yang ditawarkan melalui paket-paket berikut;

A. Paket Eduwisata

Paket yang menawarkan aktivitas edukasi bagi pengunjung, terdiri dari tiga jenis paket, yaitu *half day* atau paket dengan durasi kegiatan selama empat jam, kemudian paket *one day* atau paket dengan durasi kegiatan selama enam jam, dan paket *live in* atau paket menginap dengan durasi kegiatan selama 24 jam. Seluruh kegiatan yang ada paket tersebut dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan dari pengunjung.



Gambar 2.5 Paket Eduwisata

B. Paket MICE (*Meeting, Incentive, Convention, Exhibition*)

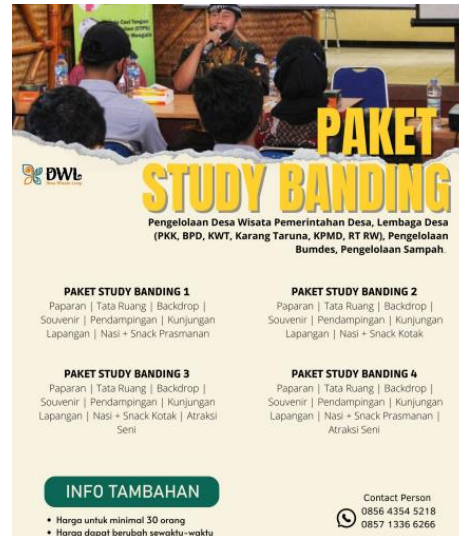
Paket yang ditujukan untuk mengakomodir kebutuhan pengunjung terkait kegiatan pertemuan hingga pameran. Paket yang tersedia sangat beragam, mulai dari paket *gathering*, paket makrab, hingga penyewaan tempat, seperti pendopo atau lapangan saja.



Gambar 2.6 Paket MICE

C. Paket Study Banding

Paket yang menawarkan paparan terkait pengelolaan desa wisata, lembaga desa, pengelolaan bumdes, dan pengelolaan sampah.



Gambar 2.7 Paket Study Banding.

Paket yang menawarkan paparan terkait pengelolaan desa wisata, lembaga desa, pengelolaan bumdes, dan pengelolaan sampah.

2.3 Stakeholder

2.3.1 Internal

Dalam menjalankan Desa Wisata Lerep, stakeholder internal yang terlibat antara lain Pemerintah Desa Lerep melalui BUMDes Gerbang Lentera. Selain itu, pengelolaan dan pemasarannya sendiri dilakukan oleh kelompok sadar wisata (Pokdarwis) Rukun Santosa. Stakeholder internal berperan aktif dalam mengelola sarana, prasarana, fasilitas, produk, hingga pemasaran yang terkait Desa Wisata Lerep.

2.3.2 Eksternal

Stakeholder eksternal terkait dengan pemberdayaan dan pengelolaan Desa Wisata Lerep dilakukan oleh dinas-dinas terkait, seperti Dinas Pemuda,

Olahraga, dan Pariwisata Provinsi Jawa Tengah dan Dinas Pariwisata Kabupaten Semarang. Stakeholder eksternal cenderung berperan dalam peningkatan kemampuan dari desa wisata itu sendiri.