

# **Pemasaran Wisata Edukasi Berbasis Potensi Sumber Daya Alam Melalui Media Sosial**

## **(Studi Kasus: Desa Sumber, Kecamatan Dukun, Kabupaten Magelang)**

# **Marketing of Educational Tourism Based on Natural Resources Potential Through Social Media**

## **(Case Study: Sumber Village, Dukun District, Magelang Regency)**

**Nurmiyati<sup>1,\*</sup>, Niken Utami Tyastuti<sup>2</sup>, Annida Sifa Utami<sup>3</sup>, Novi Arifatul Azizah<sup>4</sup>**

<sup>1,2,3,4</sup> Universitas Sebelas Maret, Jl. Ir. Sutami no. 36A Kentingan, Surakarta, Indonesia

\*Corresponding author: nurmiyati@staff.uns.ac.id

**Abstract:** Sumber Village which is located in Dukun District, Magelang Regency is one of the villages that has the potential for educational tourism that can be developed. The existence of people who make a living as cobek stone craftsmen, pothil food producers, farmers, and breeders can be used as a place to learn new things. However, this educational tour still needs to be promoted online so that it is known to many people. Therefore, the service activities carried out are marketing of educational tourism based on the potential of natural resources through social media. The purpose of these activities is to promote educational tourism and the potential of the village to the general public. The method used is coordination with the Sumber Village apparatus, conducting surveys, interviews, taking photos, creating social media accounts, uploading content, providing direction and assistance to tourism managers. The results of this activity are the existence of social media accounts for educational tourism in Sumber Village and Cobek SMEs, as well as the understanding of tourism managers in using social media for promotion.

**Keywords:** educational tourism, promotion, social media

## **1. PENDAHULUAN**

Menurut Undang Undang No. 10 Tahun 2009 pada pasal 1 dijelaskan bahwa pariwisata merupakan berbagai aktivitas dalam menjalankan kegiatan wisata yang difasilitasi oleh berbagai elemen baik masyarakat, para pengusaha, pemerintah daerah, maupun pemerintah pusat. Saat ini, salah satu sektor yang memiliki peran penting dan sebagai salah satu sektor unggulan yakni pariwisata. Pasalnya, pariwisata yang notabenehnya sebagai sektor prioritas memiliki efek multiplier/ efek berganda pada berbagai bidang. Efek atau manfaat tersebut antara lain mampu meningkatkan devisa di suatu negara, mengurangi angka pengangguran karena bisa menciptakan lapangan pekerjaan di sekitar wilayah tempat wisata, meningkatkan pendapatan masyarakat setempat sekaligus menaikkan Pendapatan Asli Daerah (PAD). Pariwisata sebagai salah satu pilar dalam proses pembangunan, hal itu karena pariwisata sebagai salah satu kegiatan ekonomi memiliki faktor dominan pada pembangunan ekonomi.

Salah satu konsep pariwisata alternatif yaitu desa wisata edukasi. Wisata edukasi merupakan suatu kegiatan wisata pada tempat-tempat tertentu yang dilakukan oleh seseorang atau suatu kelompok untuk mencari pengetahuan dan pengalaman (Rodger, 1998). Yang membedakannya dengan wisata lainnya yaitu para wisatawan tidak hanya mampu menikmati keindahan alam saja, namun bisa sekaligus memperkaya pengetahuan serta membaaur dengan masyarakat lokal. Pengembangan suatu desa menjadi desa wisata perlu diawali dengan identifikasi potensi atraksi wisata di desa tersebut. Bentuk-bentuk interaksi budaya yang dapat dikembangkan sebagai atraksi wisata tersebut bisa berupa kegiatan adat sosial kemasyarakatan setempat, kegiatan hunian masyarakat yang merupakan kegiatan sehari-hari masyarakat pedesaan baik yang sifatnya bersama-sama maupun pribadi, dan kegiatan pembuatan produk tertentu yang tidak ada di tempat lain (Juhari, 2018). Keberadaan adanya desa wisata edukasi diharapkan mampu menjaga kelestarian alam dan budaya melalui keterlibatan wisatawan serta masyarakat setempat sebagai pelaku kegiatan wisata (Susyanti, 2013). Desa Sumber merupakan salah satu desa yang berada di Kabupaten Magelang. Di desa itu terdapat berbagai potensi sumber daya alam yang mampu dimanfaatkan sebagai salah satu kegiatan wisata. Potensi tersebut meliputi hasil pertanian berupa ketela yang dijadikan olahan makanan khas Magelang yaitu pothil, pertanian dengan berbagai jenis tanaman palawija dan lainnya, batu alam yang berasal dari Gunung Merapi yang dijadikan kerajinan seperti cobek, alu,



lumpang, souvenir, hasil peternakan yang bisa diolah menjadi berbagai jenis produk yang memiliki nilai guna dan sebagainya.

Permasalahan yang dijumpai pada Desa Wisata Edukasi Sumber salah satunya yakni minimnya pemasaran digital atau melalui media *online* sehingga banyak masyarakat yang tidak mengerti keberadaan desa tersebut. Padahal dengan adanya berbagai potensi wisata disana jika dikembangkan dengan baik maka mampu menghidupkan roda perekonomian desa setempat. *Digital Marketing* atau pemasaran digital Chaffey (2015) merupakan suatu pola kegiatan pemasaran yang memanfaatkan keberadaan internet dan menggunakan suatu *social media*, website, *e-mail*, TV digital untuk mendapatkan target pasar sesuai dengan prinsip pada pemasaran. Di Desa Sumber ini belum terdapat pemasaran secara *online* sehingga perlu pendampingan dalam pengelolaan *social media* seperti instagram dan facebook. Diharapkan dengan adanya pengembangan wisata berbasis edukasi melalui media sosial ini mampu menjangkau masyarakat luas agar bersedia mengunjungi wisata ini untuk menikmati keindahan alam sekaligus menambah wawasan para wisatawan.

## 2. METODE

### 2.1. Tempat dan Waktu Pengabdian

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan di Desa Sumber, Kecamatan Dukun, Kabupaten Magelang, Jawa Tengah dan dilaksanakan pada bulan Agustus 2021.

### 2.2. Khalayak Sasaran

Sasaran kegiatan ini adalah pemilik UMKM dan masyarakat umum di Desa Sumber, Kecamatan Dukun, Kabupaten Magelang.

### 2.3. Metode Pengabdian

Metode pelaksanaan kegiatan antara lain:

1. Koordinasi dengan perangkat Desa Sumber mengenai potensi sumber daya alam yang dimiliki oleh Desa Sumber.
2. Melakukan kegiatan survey, wawancara, dan pengambilan foto pada salah satu pemilik UMKM Cobek, pothil, pertanian, dan peternakan.
3. Membuat akun media sosial cobek, katalog harga, dan mengunggah konten di akun sosial media.
4. Mengunggah konten di akun Instagram wisata edukasi sebagai media promosi.
5. Memberikan arahan, pendampingan, dan menyerahkan akun sosial media pada pemilik UMKM Cobek dan pengelola wisata edukasi di Desa Sumber.

### 2.4. Indikator Keberhasilan

Indikator keberhasilan dilihat dengan adanya tanggapan positif, koordinasi, dan pemahaman dari perangkat Desa Sumber, pemilik UMKM Cobek dan Pothil, serta pengelola wisata edukasi di Desa Sumber.

### 2.5. Metode Evaluasi

Metode evaluasi dilakukan sebelum, saat, dan sesudah kegiatan berlangsung. Bentuk evaluasi yang dilakukan yaitu tanya jawab mengenai pengelolaan media sosial Instagram dan Facebook.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1. Kegiatan Survey Lapangan

Kegiatan ini dilakukan untuk mengetahui informasi langsung mengenai potensi sumber daya yang dimiliki Desa Sumber. Pada tahap awal, dilakukan pertemuan dengan perangkat desa untuk memperoleh informasi mengenai potensi pertanian dan peternakan di Desa Sumber, serta informasi mengenai lokasi pemilik UMKM untuk dilakukan koordinasi terkait kegiatan. Tahap kedua dilakukan pertemuan dan wawancara dengan salah satu pemilik kerajinan pahat batu lereng Merapi di Dusun Gawok dan pemilik *home industry* makanan ringan "Pothil" di Dusun Tutup Ngisor. Kegiatan wawancara memperoleh informasi mengenai profil singkat usaha, proses pembuatan produk, metode penjualan, harga jual yang ditawarkan, dan jangkauan pemasaran yang dilakukan. Tahap ketiga dilakukan pengambilan gambar sebagai konten yang akan diunggah di akun media sosial Instagram dan Facebook untuk optimalisasi *digital marketing* kerajinan pahat batu. Selain itu, gambar yang terpilih pada kerajinan pahat batu, cobek, pertanian, dan peternakan dijadikan konten promosi dan pengembangan wisata edukasi.



Gambar 1. UMKM Cobek



Gambar 2. UMKM Pothil



Gambar 3. Pertanian



Gambar 4. Peternakan

### 3.2. Optimalisasi *Digital Marketing* dan Media Promosi Wisata

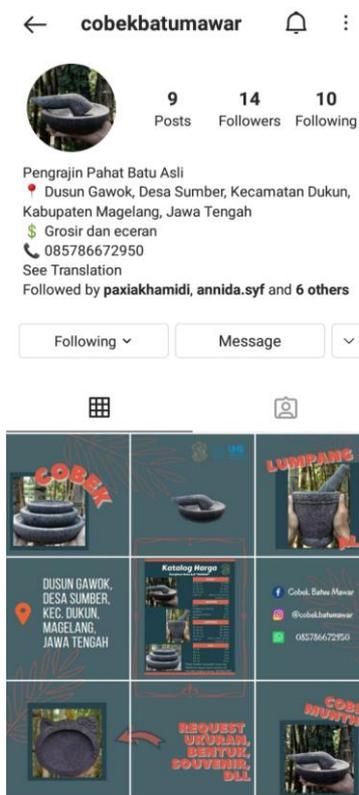
Saat ini sudah menjadi era digitalisasi, dimana segala aspek telah menggunakan teknologi digital seperti melalui media sosial. Salah satu aspek yang berkaitan dengan bidang UMKM yaitu pemasaran digital atau *digital marketing* yang marak digunakan berbagai kalangan untuk promosi produk atau jasanya. *Digital marketing* dipilih karena cukup praktis diterapkan saat ini dan lebih hemat dalam pengeluaran biaya promosi produk, serta tujuannya untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Dalam mendukung kegiatan optimalisasi *digital marketing* ini, kami membuat akun Instagram @cobekbatumawar dan Facebook Cobek Batu Mawar bagi salah satu



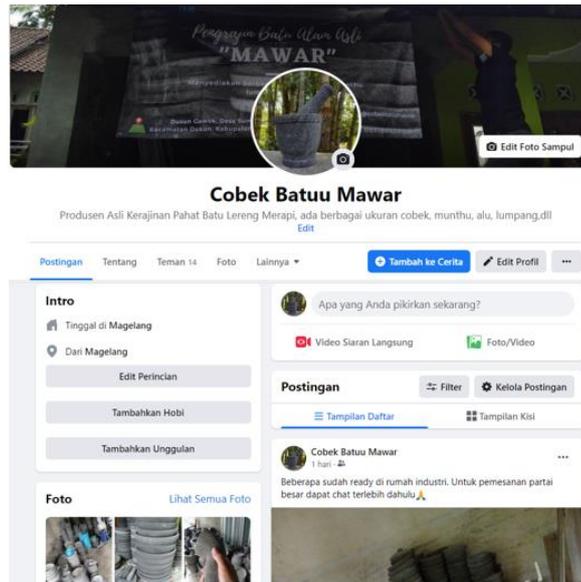
pemilik UMKM Cobek di Dusun Gawok yang berisi katalog harga dan foto produk dari kerajinan pahat batu lereng Merapi ini. Selain itu, kami membuat desain banner untuk dipasang pada gudang penyimpanan dan tempat produksinya agar lebih memperjelas nama usahanya. Sedangkan media promosi wisata, kami juga membuat akun Instagram @wisataedukasi\_sumber. Promosi media sosial ini dilakukan untuk memperkenalkan atau *branding* kepada masyarakat luas terkait berbagai potensi sumber daya alam yang dimiliki Desa Sumber. Seperti pemanfaatan hasil pertanian dari singkong yaitu produksi makanan ringan berupa pothil, pemanfaatan hasil erupsi lereng Merapi yaitu kerajinan pahat batu berupa cobek, munthu, alu, lumpang, dan kerajinan lainnya, pemanfaatan lahan peternakan kambing dan sapi, serta pemanfaatan lahan pertanian untuk penanaman sayuran dan palawija.

Katalog Harga	
Kerajinan Batu Asli "MAWAR"	
<b>COBEK</b>	
15-16 cm	15-16rb
17-18 cm	17-18rb
19-20 cm	19-20rb
21-22 cm	21-22rb
>28 cm	28rb (+5rb setiap tambah cm)
<b>MUNTHU</b>	
Kecil	5rb
Tanggung Sedang	6rb
Sedang	7rb
Tanggung Besar	15rb
Besar	25rb
<b>LUMPANG</b>	
15-16 cm	34-36rb
17-18 cm	38-40rb
19-20 cm	42-44rb
21-22 cm	46-48rb
>28 cm	60rb (+10rb setiap tambah cm)
<b>ALU</b>	
15 cm	8rb
18 cm	10rb
20 cm	12rb
23 cm	15rb
30 cm	20rb
*Harga tersebut merupakan harga ecer	
*Menarima request ukuran, souvenir, dll	
*Info lebih lengkap hubungi: 085786672950	

Gambar 5. Desain Katalog Harga



Gambar 6. Tampilan Instagram @cobekbatumawar



Gambar 7. Tampilan Facebook Cobek Batu Mawar



Gambar 8. Desain Banner Kerajinan Pahat Batu



Gambar 9. Tampilan Instagram @wisataedukasi\_sumber

### 3.3. Keberhasilan Kegiatan

Keberhasilan kegiatan ini ditunjukkan dengan adanya tanggapan positif, koordinasi, dan pemahaman dari perangkat Desa Sumber, pemilik UMKM Cobek dan Pothil, serta pengelola wisata edukasi di Desa Sumber. Setelah berakhirnya kegiatan, kami menyerahkan akun Instagram dan Facebook agar dapat dikelola untuk keberlanjutan penggunaan media sosial tersebut. Adanya media sosial ini, maka orang lain akan lebih mengetahui potensi yang ada dan menikmati wisata edukasi dengan mempelajari cara pembuatan kerajinan pahat batu, proses produksi pothil, proses penanaman atau panen sayuran atau palawija, serta proses pengolahan hasil ternak seperti susu segar. Oleh karena itu wisatawan yang hadir tidak hanya dapat menikmati fasilitas yang ada, tetapi juga mendapatkan pengetahuan dan pengalaman baru mengenai potensi sumber daya alam di Desa Sumber.

## 4. SIMPULAN

Berdasarkan kegiatan pengabdian yang dilakukan dalam rangka pemasaran wisata edukasi melalui media sosial di Desa Sumber diperoleh kesimpulan sebagai berikut:



1. Desa Sumber memiliki potensi wisata edukasi yang menarik bagi pengunjung yang ingin belajar membuat kerajinan pahat batu cobek, produksi makanan pothil, bercocok tanam, dan beternak sehingga mampu untuk menjadi salah satu penggerak perekonomian masyarakat desa.
2. Pelaksanaan kegiatan mendapatkan dukungan secara penuh baik dari perangkat desa dan masyarakat sehingga kegiatan berjalan lancar
3. Hasil kegiatan berupa adanya media sosial instagram wisata edukasi Desa Sumber, akun instagram dan facebook UMKM cobek, serta pemahaman pengelola wisata dalam menggunakan media sosial untuk promosi.
4. Perlunya strategi yang komprehensif dalam melakukan promosi dan pengembangan wisata edukasi Desa Sumber seperti pemanfaatan media sosial Youtube, Tiktok, dan lain lain untuk menjangkau lebih banyak pengunjung.

## 5. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Sebelas Maret atas kesempatan dan dukungan yang diberikan sehingga pengabdian ini dapat terealisasi.
2. Perangkat Desa Sumber atas ijin yang diberikan kepada kami sehingga pengabdian dapat berlangsung dengan lancar.
3. Bapak Eko Kalisno S.Sos. selaku Sekretaris Desa Sumber yang telah membantu dan mendampingi dalam pelaksanaan program kerja.
4. Ibu Nurmiyati S.Pd., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Lapangan yang telah membimbing dan memberikan dukungan.
5. Segenap masyarakat Desa Sumber yang telah secara kooperatif menerima kami sehingga pelaksanaan program kerja dapat berjalan dengan baik.

## 6. DAFTAR PUSTAKA

[https://www.kemenparekraf.go.id/asset\\_admin/assets/uploads/media/old\\_file/4636\\_1364-UUTentangKepariwisataannet1.pdf](https://www.kemenparekraf.go.id/asset_admin/assets/uploads/media/old_file/4636_1364-UUTentangKepariwisataannet1.pdf) Pengertian Pariwisata. Diakses pada 04 Oktober 2021 pukul 16.54 WIB

- Chaffey, D. (2015). *E-Business and Management E-Commerce*. 6<sup>th</sup> edition. Pearson
- Juhari, S. A., Zaenuri, M. (2018). Pengembangan Desa Wisata Kerajinan Bambu Di Brajan, Sendang Agung, Minggir Kabupaten Sleman. *Jurnal Dinamika Pengabdian*, 4, 92–99.
- Rodger. (1998). *Leisure, Learning and Travel, Journal of Physical Education*. 28.
- Susyanti, D. W. (2013). Potensi Desa Melalui Pariwisata Perdesaan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 12, 33–36.