

## Peran Geowisata, Website, dan Pemasaran Digital dalam Upaya Peningkatan Pendapatan di Desa Banjarsari Kapanewon Samigaluh

Gagak Marausna<sup>1</sup>, Ikbal Rizki Putra<sup>2</sup>, Muhammad Luqman Bukhori<sup>3</sup>, Desiana Rachmawati<sup>4</sup>, Anak Agung Putu Susastriawan<sup>5</sup>, Suparni Setyowati Rahayu<sup>6</sup>, Sri Mulyaningsih<sup>7</sup>  
Sekolah Tinggi Teknologi Kedirgantaraan<sup>1234</sup>, AKPRIND Yogyakarta<sup>567</sup>,  
[gagak.marausna@sttkd.ac.id](mailto:gagak.marausna@sttkd.ac.id)

### ABSTRACT

*Banjarsari Village is located in Kapanewon Samigaluh, Kulon Progo Regency, 34 km northwest of Yogyakarta City. This village has productive economic groups such as Gapoktan, Pokdarwis, and MSMEs. The potential of Banjarsari Village can be optimized through tourism development, website development, and digital marketing. A series of community service activities through discussion forums with the community. Information about the state of the village and the potential of tourism and local products is explored to be identified. The socialization and training stages are carried out to empower the community in jointly overcoming the problems that have been identified. The development of geotourism objects in Banjarsari Village can be done on three elements, namely abiotic elements, biotic elements, and culture owned by the community. Tourism potential is described and documented and then conveyed to the wider community through the use of websites and social media. Through the utilization of the website as a tourism marketing medium, tourism visits in Banjarsari Village have increased by 45%. This proves that these steps can open up opportunities for digital economic development at the village level.*

**Keywords:** Banjarsari, Digital, Geotourism, Marketing, Website

### ABSTRAK

Desa Banjarsari terletak di Kapanewon Samigaluh, Kabupaten Kulon Progo dengan jarak 34 km Barat Laut dari Kota Yogyakarta. Desa ini memiliki kelompok ekonomi produktif seperti Gapoktan, Pokdarwis, dan UMKM. Potensi Desa Banjarsari dapat dioptimalkan melalui pengembangan wisata, pembuatan website, dan pemasaran digital. Rangkaian kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui forum diskusi dengan masyarakat. Informasi tentang keadaan Desa dan potensi wisata serta produk lokal digali untuk diidentifikasi. Tahap sosialisasi dan pelatihan dilakukan untuk memberdayakan masyarakat dalam bersama-sama mengatasi permasalahan yang telah teridentifikasi. Pengembangan obyek geowisata pada Desa Banjarsari dapat dilakukan pada tiga unsur yaitu unsur abiotik, unsur biotik, dan budaya yang dimiliki masyarakat. Potensi wisata dideskripsikan dan didokumentasikan kemudian disampaikan ke masyarakat luas melalui penggunaan website dan media sosial. Melalui pemanfaatan website sebagai media pemasaran wisata, kunjungan wisata yang ada di Desa Banjarsari mengalami peningkatan kunjungan sebesar 45%. Hal ini membuktikan bahwa langkah-langkah ini dapat membuka peluang bagi pengembangan ekonomi digital di tingkat Desa.

**Kata Kunci:** Banjarsari, Digital, Geowisata, Pemasaran, Website

## **PENDAHULUAN**

Desa Banjarsari berada di dalam Kapanewon Samigaluh Kabupaten Kulon Progo yang terletak 34 km Barat Laut dari Kota Yogyakarta. Desa Banjarsari memiliki kelompok masyarakat ekonomi produktif seperti Gabungan Kelompok Tani (Gapoktan), Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Gapoktan Manunggal Karya dengan kegiatan pertanian padi dan palawija, peternakan dan perikanan tadah hujan. Pokdarwis Mustika Banjar dengan kegiatan utama mengelola wisata di puncak Sigong. Sementara UMKM bergerak dipengolahan tahu, keripik pisang, keripik talas dan keripik singkong. Potensi wilayah yang dimiliki Desa Banjarsari memiliki peluang ditingkatkan melalui pengembangan wisata, website dan pemasaran digital.

Ide pariwisata berbasis konservasi dapat menyelaraskan antara kebutuhan wisatawan dan masyarakat lokal. Adanya pemahaman tentang konservasi kawasan geowisata dapat menjamin keberlanjutan terpenuhinya kebutuhan lingkungan, masyarakat lokal dan wisatawan (Mulyaningsih dkk., 2021). Fenomena geologi merupakan potensi keanekaragaman yang dapat dikembangkan sebagai kawasan geowisata. Keanekaragaman dapat berupa perbukitan, pantai, goa, dan terumbu karang (Hasria dkk., 2023). Pemanfaatan potensi wilayah perlu diiringi dengan peningkatan pemberdayaan masyarakat yang terlibat. Peningkatan pemberdayaan dalam aktivitas geowisata membutuhkan beberapa upaya yang tidak mudah namun berpeluang memberikan pengetahuan dan keterampilan bagi mitra sasaran (Wulung dkk., 2023). Geowisata berupa hasil bumi yang merupakan sumber daya alam berpeluang menjadi daya tarik bagi wisatawan. Pengembangan dapat dilakukan pada kebun-kebun menjadi geowisata sehingga meningkatkan kesejahteraan petani (Mihardja dkk., 2022). Potensi geowisata juga dapat dioptimalkan dengan perancangan geotrack dalam menikmati pemandangan alam yang sistematis, efektif, dan efisien (Mayasari dkk., 2023).

Desa yang memiliki potensi geowisata dapat semakin menjadi daya tarik bagi wisatawan dengan memperkenalkan fasilitas geowisata, hasil bumi, produk UMKM yang terdapat di wilayah

geowisata kepada masyarakat luas. Metode untuk memperkenalkan hal ini adalah melalui penggunaan website dan pemasaran digital. Website yang dirancang secara informatif dan estetis mampu meningkatkan citra desa untuk menarik minat para pengunjung (Sudirman dkk., 2023) karena website berperan sebagai media informasi sekaligus promosi (Shobri dan Ansharuddin M, 2022), dan inovasi desa (Abbas dan Sutrisno, 2022). Website merupakan terobosan baru bagi UMKM yang mengalami permasalahan karena pemasaran tradisional sudah tidak efektif (Noerchoidah dan Nurdina, 2022). UMKM yang memanfaatkan media pemasaran digital dapat memperoleh pangsa pasar yang memuaskan karena sistem pemasaran digital menyediakan platform jual beli daring yang memudahkan proses pemesanan dan pembelian (Zagoto dkk., 2022).

Tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk memberikan sosialisasi mengenai peran geowisata, pemanfaatan website, dan pemasaran digital dalam upaya peningkatan pendapatan di Desa Banjarsari Kapanewon Samigaluh. Untuk mencapai tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, maka dilakukan identifikasi kondisi eksisting dan gambaran umum daya tarik wisata di Desa Banjarsari Kapanewon Samigaluh.

## PELAKSANAAN DAN METODE

Rangkaian pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui peran geowisata, pemanfaatan website, dan pemasaran digital mengacu pada diagram alir di Gambar 1 sebagai upaya peningkatan pendapatan di Desa Banjarsari Kapanewon Samigaluh.



Gambar 1. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat di Desa Banjarsari Kapanewon Samigaluh

Forum diskusi melibatkan metode wawancara bersama perangkat Desa, mitra Gapoktan, Pokdarwis, dan UMKM untuk menggali informasi seputar keadaan Desa dan potensi yang dimiliki, baik dari aspek wisata dan produk lokal. Hasil wawancara dirumuskan dalam identifikasi masalah untuk menentukan prioritas masalah yang dapat diselesaikan beserta solusinya. Sosialisasi dan pelatihan merupakan tahapan pendampingan guna memberdayakan masyarakat untuk bersama-sama berkegiatan untuk menyelesaikan permasalahan yang telah teridentifikasi.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Puncak Sigong merupakan destinasi wisata andalan dari Desa Banjarsari. Destinasi wisata Puncak Sigong seperti ditunjukkan pada Gambar 2 memiliki pemandangan yang indah. Pengunjung masih terbatas pada masyarakat lokal yang ada di daerah tersebut. Hal ini disebabkan masih terbatasnya sarana dan prasarana yang terdapat di lokasi tersebut sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 3. Ada beberapa Gazebo yang dapat digunakan oleh pengunjung namun belum didukung dengan spot-spot foto dan penataan ruang, serta pemasaran Puncak Sigong yang masih tradisional melalui mulut ke mulut.

Permasalahan-permasalahan pada mitra adalah spot wisata belum tertata dan teridentifikasi, belum ada sarana spot hiking untuk wisatawan, sarana kios yang akan digunakan untuk menjual hasil bumi dan UMKM belum tertata sesuai dengan kaidah *green economy*. Terbatasnya ketersediaan air serta penerangan di area tempat wisata serta belum adanya digitalisasi pemasaran smart-ekowisata. Hal ini dapat menurunkan nilai jual potensi wisata dari Puncak Sigong. Permasalahan pada hasil bumi dan produk UMKM adalah pemasaran masih belum menjangkau pemasaran yang luas karena belum memanfaatkan pemasaran digital.



Gambar 2. Potensi wisata Puncak Sigong



Gambar 3. Gazebo untuk wisatawan

Permasalahan-permasalahan yang telah diuraikan dapat diatasi dengan kegiatan memberikan sosialisasi mengenai peran geowisata ditunjukkan pada Gambar 4. Strategi mempersiapkan dan mengelola potensi geowisata melalui pemberian beberapa paparan kepada masyarakat untuk mengembangkan potensi geowisata guna meningkatkan ekonomi masyarakat lokal. Obyek geowisata terdiri dari unsur abiotik (geologi), unsur biotik, dan budaya yang dimiliki masyarakat. Kegiatan mengembangkan obyek Wisata Puncak Sigong ditunjukkan pada Gambar 5 merupakan kolaborasi kegiatan yang dilaksanakan perguruan tinggi dan Pokdarwis. Kegiatan pengembangan wisata di Desa Banjarsari dapat dilakukan dalam bentuk mengadakan pasar tradisional yang dikelola Dasawisma, *guest house* untuk wisatawan, kuliner khas daerah, spot foto, pemandangan malam hari, dan pemandangan *sun rise*. Kolaborasi dengan sekolah merupakan salah satu strategi untuk

memberikan edukasi sekaligus menarik minat anak-anak tingkat sekolah SD sampai dengan SMA untuk dapat berkunjung ke obyek wisata di Banjarsari. Potensi wisata perlu dideskripsikan dan didokumentasikan untuk selanjutnya dapat disampaikan ke masyarakat luas melalui penggunaan website dan media sosial.

Strategi peningkatan pendapatan di Desa Banjarsari melalui pemanfaatan website melalui pemberian beberapa paparan kepada masyarakat yaitu memahami peran website, memahami potensi Desa, membangun website, mengoptimalkan pemasaran digital, mengekspos destinasi wisata, mendaftarkan bisnis lokal di Google Maps, dan mengikuti pelatihan digital. Strategi peningkatan pendapatan UMKM melalui pemberian beberapa paparan kepada masyarakat mengenai pemasaran digital berbasis *ecommerce* yaitu membuat akun di *ecommerce*, mengupload produk yang disertai foto dan penjelasan produk, mengatur profil penjual, mengatur profil toko, dan memberikan promosi toko dan voucher.



Gambar 4. Pelatihan geowisata, pemanfaatan website dan pemasaran digital



Gambar 5. Kegiatan pengembangan lokasi wisata Puncak Sigong

Potensi alam yang bisa dimanfaatkan oleh masyarakat Desa Banjarsari seperti hasil pertanian, hasil kerajinan lokal, dan makanan tradisional daerah. Melalui pemanfaatan website, potensi ini dapat dijangkau oleh pasar yang lebih luas, meningkatkan pendapatan masyarakat desa. Langkah pertama dalam strategi ini adalah membangun website desa dan media sosial desa yang informatif dan menarik. Salah satu penggunaan media sosial sebagai sarana pemasaran dapat dilihat pada Gambar 6 di bawah ini.



Gambar 6. Penggunaan media sosial sebagai sarana pemasaran

Media sosial dan website digunakan menjadi sarana untuk mempromosikan produk lokal dan potensi pariwisata desa kepada masyarakat luas. Dengan adanya media sosial dan website desa, masyarakat dapat memanfaatkan pemasaran digital untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Melalui strategi pemasaran digital, produk lokal dapat dikenal oleh konsumen dari berbagai daerah. Peningkatan pendapatan juga dapat dicapai melalui pelatihan digital bagi masyarakat desa. Pelatihan ini akan memungkinkan mereka untuk mengelola website dan memanfaatkan teknologi digital untuk kegiatan pemasaran dan penjualan. Dengan pemanfaatan website, Desa Banjarsari dapat meningkatkan pendapatan melalui ekspansi pasar dan pemasaran digital. Melalui pemanfaatan media sosial dan website sebagai media pemasaran wisata, kunjungan wisata yang ada di Desa Banjarsari mengalami peningkatan kunjungan sebesar 45%. Langkah-langkah ini juga akan membuka peluang bagi pengembangan ekonomi digital di tingkat Desa.

## **PENUTUP**

### **Simpulan**

Desa Banjarsari memiliki potensi pengembangan ekonomi melalui geowisata, website, dan pemasaran digital. Strateginya adalah melibatkan kolaborasi dengan perguruan tinggi dan masyarakat untuk mengembangkan obyek wisata di Desa Banjarsari, serta pemanfaatan website dan media sosial untuk mempromosikan produk lokal. Pelatihan digital bagi masyarakat desa menjadi kunci untuk meningkatkan pemasaran dan penjualan. Dengan fokus pada potensi alam, produk lokal, dan pariwisata, langkah-langkah ini diharapkan dapat membuka peluang baru, menciptakan pendapatan tambahan, dan mengembangkan ekonomi Desa Banjarsari secara berkelanjutan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Abbas, W., & Sutrisno. (2022). Pengembangan Website Desa Sebagai Sistem Informasi dan Inovasi di Desa Indu Makkombong, Kabupaten Polewali Mandar. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*

(JAMSI), 2(2), 505–512.

- Hasria, Karim, H., & Asfar, S. (2023). Inventarisasi Geoheritage Potensi Kawasan Geowisata Daerah Tongkuno, Pulau Muna, Provinsi Sulawesi Tenggara. *Jurnal Geosains Dan Teknologi*, 6(1), 1–15.
- Mayasari, E. D., Sutriyono, E., Hastuti, E. W. D., Harnani, Rochmana, Y. Z., Gusti, U. K., Jati, S. N., Affandi, A. K., Surbakti, A. F. H., Maulia, D., Nur, M. A., Parwati, A., Devatama, N., Elcofa, D. G., Wartika, W., Azhara, M. R., Putra, H. K., & Shiddiqi, M. F. A. (2023). Optimalisasi Geotrack pada Geositecluster Baturaja Guna Menopang Pengembangan Geowisata Sumatera Selatan. *Prosiding AVoER XIV Tahun 2022*, 14(1), 1–5.
- Mihardja, E. J., Khansa, A., Azura, D., Didih, M., & Puja, D. R. (2022). Peningkatan Kapasitas Masyarakat Dalam Dalam Mempersiapkan Desa Geowisata Kopi Sesuai Dengan Konsep Community Based Tourism (Cbt) Di Ulubelu, Lampung. *Jurnal IKRAITH-ABDIMAS*, 5(3), 242–247.
- Mulyaningsih, S., Suhartono, Heriyadi, N. W. A. A. T., & Tania, D. (2021). Pendampingan Kepemanduan Geowisata Kawasan Cagar Alam Geologi Gunungkidul: Menuju Kebangkitan “Thoughtful” Indonesia. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 2(1), 31–34.
- Noerchoidah, & Nurdina. (2022). Media Website Sebagai Solusi Promosi Penjualan pada UMKM. *Jurnal Kreativitas Dan Inovasi*, 2(1), 1–6.
- Shobri, M., & Ansharuddin M. (2022). Pelatihan Membuat dan Mengelola Website Madrasah se-KKMA dan KKMTS Sangkapura. *Journal of Community Engagement in Education*, 1(1), 1–10.
- Sudirman, Fauzan, A., & Mustakim, R. A. W. (2023). Pembuatan Website Sebagai Media Pencitraan dan Promosi pada Desa Kamiri Kecamatan Balusu Kabupten Barru. *Jurnal Ilmu Komputer Untuk Masyarakat*, 4(1), 1–8.
- Wulung, S. R. P., Hadian, M. S. D., Fitriyani, E., Anggraini, S. P., Abdilah, M. A., Kamseno, S., &

Sugandi, D. (2023). Pendampingan Pemanduan Geowisata bagi Pokdarwis Desa Cikhuripan, Kabupaten Bandung Barat. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(4), 2628–2638.

Zagoto, Y., Pambudi, R., Mukadi, Yuliyati, M. T., & Cikdan, M. (2022). Peran Pemasaran Melalui Media Sosial dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM di Masa Pandemi. *Jurnal Peradaban Masyarakat (JPM)*, 2(1), 37–40