

PERENCANAAN INFRASTRUKTUR DAN DIGITAL MARKETING SEBAGAI SARANA MEMBANGUN WISATA “GEROJOKAN SEWU”

Zaini Muchlis¹, Yayat Hidayat²

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB), Prodi Ilmu Ekonomi UMY
Jl. Brawijaya Taman Tirto Kasihan Bantul Yogyakarta
Zaini.muchlis@umy.ac.id

²Fakultas Pendidikan Bahasa (FPB), Prodi Bahasa Arab UMY
Jl. Brawijaya Taman Tirto Kasihan Bantul Yogyakarta
Yayathidayat@fpb.umy.ac.id

ABSTRAK

Kulonprogo memiliki potensi yang sangat tinggi terhadap pengembangan desa wisata, salah satunya berada di dusun Beteng yang memiliki wisata alam Grojokan Sewu. Tempat tersebut memiliki pesona alam yang sangat indah akan tetapi belum memiliki infrastruktur yang baik dan aman sebagai obyek wisata. Disisi lain kurangnya pengetahuan masyarakat sekitar dalam memasarkan obyek wisata ini menjadi kendala besar yang menyebabkan berkurangnya wisatawan yang berkunjung ke desa wisata tersebut. Perencanaan pembangunan infrastruktur terhadap obyek wisata tersebut dan pemasaran melalui digital marketing dipandang sangatlah perlu guna meningkatkan minat wisatawan yang berkunjung ke lokasi tersebut. Metode pelaksanaan program ini dilaksanakan dengan cara penyuluhan, fasilitasi peralatan dan transfer teknologi, pelatihan dan praktek aplikasi teknologi, serta pendampingan dan monitoring evaluasi terhadap masyarakat dusun Beteng. Adapun hasil dari pengabdian masyarakat ini adalah terbentuknya siteplan dan denah objek wisata serta website Grojokan sewu sebagai sarana marketing desa wisata. Sehingga dapat meningkatkan wisatawan yang berkunjung ke Grojokan Sewu, yang berdampak pula terhadap meningkatkan perekonomian warga dusun Beteng.

Kata Kunci: *Grojokan Sewu, Dusun Beteng, Siteplan, Digital Marketing*

Pendahuluan

Dusun Beteng terletak di Desa Jatimulyo kecamatan Girimulyo, Kulon Progo, Daerah Istimewa Yogyakarta. Desa ini terletak di barisan perbukitan Menoreh wilayah utara Kabupaten Kulon Progo, Daerah Istimewa Yogyakarta dengan ketinggian sekitar 700 meter di atas permukaan laut. Jumlah Penduduk desa ini sekitar 4.000 jiwa. (Wikipedia). Wilayah ini memiliki berbagai objek wisata alam yang sedang exist saat ini, adapun beberapa tempat wisata tersebut yaitu Air terjun Grojokan Sewu, Air Terjun Nggembor, Kembang soka, Sungai Mudal, Goa Keskiendo dan lain-lain. Desa ini juga kaya akan berbagai macam kebudayaan lokal yang masih asri dan menarik untuk dikunjungi seperti jatilan, jaran kepang, Kirab Saparan dll. Pengembangan destinasi pariwisata, maupun pengembangan daya tarik wisata pada umumnya merupakan bagian

dari sebuah strategi dalam upaya memajukan, memperbaiki, dan meningkatkan kondisi riil daerah setempat, sehingga memberikan nilai tambah dan bermanfaat bagi masyarakat sekitar, pemerintah daerah dan wisatawan. Pembangunan suatu wilayah atau desa menjadi desa wisata merupakan inovasi atau program baru dalam perencanaan pembangunan, dalam hal ini dilakukan pengembangan pariwisata yang tidak terlepas dari ciri kegiatan masyarakat pedesaan yang telah ada, baik kondisi potensi desa, potensi fisik, sosial ekonomi dan sosial budaya. (Agus Winasis, 2016)

Seiring dengan tumbuh pesatnya objek wisata maka diperlukan berbagai macam inovasi agar dapat menarik para wisatawan yang berkunjung ke lokasi wisata tersebut. Inovasi merupakan sebuah cara dalam merespon perubahan dan perkembangan zaman yang sangat cepat saat ini. Desa memiliki peran yang sangat penting guna mendorong masyarakatnya untuk terus melakukan inovasi baik dari segi ekonomi, pemberdayaan masyarakat hingga teknologi yang digunakan untuk mempermudah serta meningkatkan taraf kehidupan masyarakat desa. Perencanaan infrastruktur dan siteplan dalam pengembangan sebuah obyek wisata merupakan inovasi yang sangat dibutuhkan dalam mengembangkan objek wisata. Disamping itu juga perlu adanya sebuah pengembangan konsep marketing dalam memasarkan objek wisata tersebut, yakni sebuah pemasaran yang mudah, efektif dan efisien melalui teknologi informasi digital marketing seperti website dan media sosial yang sudah banyak dikenal oleh khayalak seperti *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *WhatsApp*, *Line* dan lain sebagainya yang belum dimanfaatkan secara utuh oleh masyarakat. (Stevanus, 2016).

Saat ini masyarakat sekitar belum dapat memaksimalkan potensi yang ada pada desa tersebut baik dari segi potensi alamnya ataupun sumberdaya manusianya, hal tersebut dikarenakan kurangnya pengetahuan masyarakat akan pengelolaan tempat wisata baik dalam hal penyediaan sarana dan prasarannya ataupun dalam memasarkannya kepada masyarakat yang lebih luas. Sehingga berdampak pada kurangnya wisatawan yang berkunjung ke objek wisata tersebut dikarenakan ketidaktahuannya akan informasi objek wisata yang dimiliki Dusun Beteng. Oleh karenanya, melalui program pengabdian KKN-PPM ini pengabdian mencoba memberdayakan masyarakat dengan memberikan ide dalam membuat perencanaan infrastruktur serta mengintegrasikan pemanfaatan teknologi website portal informasi yang terintegrasikan ke media sosial sebagai upaya peningkatan kunjungan wisatawan terhadap objek wisata “Grojokan Sewu” di Dusun Beteng Girimulyo Kulonprogo. Perencanaan sebuah infrastruktur dan konsep pemasaran yang ideal melalui digital marketing seperti website dan media sosial dipandang sangatlah penting dalam meningkatkan dan memajukan sebuah objek wisata. (Wanatirta.com). Sebab selain bisa menyebar luaskan informasi secara cepat dan efisien, wisatawan juga merasa terjamin keamanan dan kenyamanannya.

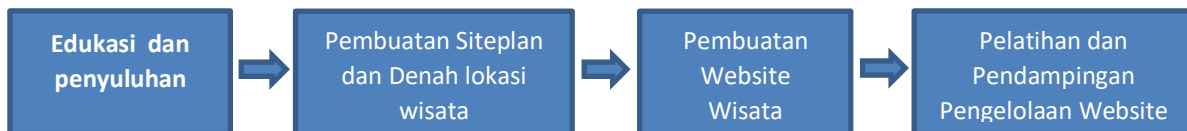
Metode Pelaksanaan

Pengelolaan objek wisata bukanlah perkara yang mudah, selain memiliki banyak permasalahan yang harus diselesaikan didalamnya, proyek pengembangan wisata ini merupakan program berkelanjutan yang harus dibangun oleh seluruh pemangku kepentingan yang terkait sebab menyangkut kepentingan masyarakat luas khususnya para wisatawan yang berkunjung. (Neno Rizkianto, 2018) maka perlu adanya sebuah program yang matang untuk mengatasi permasalahan tersebut. Dalam rangka mencapai tujuan

program usaha diperlukan sebuah metode dalam implementasinya. Adapun metode pelaksanaan yang akan digunakan dalam program ini yaitu:

- Pertama adalah melakukan penyuluhan terhadap masyarakat, yaitu dengan mengumpulkan semua masyarakat di Pendopo Dusun Beteng untuk mengikuti penyuluhan akan arti pentingnya membuat infrastruktur perencanaan dan juga konsep marketing yang baik dengan menggunakan media online. Beberapa materi yang diberikan antara lain arti penting sebuah perencanaan dan juga pemasaran melalui website dan media sosial dalam memajukan desa wisata Grojokan Sewu.
- Kedua adalah mendorong masyarakat dalam perencanaan perbaikan sarana dan prasarana yang akan digunakan dalam memajukan wisata Grojokan Sewu, yaitu dengan memfasilitasi pembuatan siteplan dan denah lokasi pada objek wisata tersebut. Dengan adanya perencanaan yang matang akan memaksimalkan pemberdayaan masyarakat melalui sumberdaya manusia yang ada pada dusun tersebut untuk dapat saling mendorong dalam mewujudkan kawasan desa wisata.
- Ketiga adalah melakukan transfer ilmu pengetahuan akan teknologi informasi yang digunakan untuk memasarkan objek wisata Grojokan Sewu, yaitu dengan membantu masyarakat khususnya karang taruna dalam pembuatan website serta pengelolaan media social lainnya agar dapat mempublikasikan potensi yang dimiliki oleh dusun Beteng khususnya dalam hal wisata.
- Keempat adalah Melakukan pelatihan dan pendampingan pengelolaan website serta media social terhadap masyarakat yang akan mengelola kawasan wisata Grojokan Sewu dengan mendalami materi yang telah dimiliki oleh masyarakat Dusun Beteng.

Adapun tahapan metode pelaksanaan kegiatannya adalah sebagai berikut:



Program kerja utama dalam mengembangkan kawasan wisata ini berada dalam ruang lingkup dusun, hal ini dikarenakan objek wisata tersebut berada di kawasan pedukuhan yang ditangani langsung oleh kepala dusun sebagai pelindungnya dan masing-masing ketua RT menjadi penanggung jawab dari pengelolaan objek wisata ini, sehingga masyarakat itu sendiri yang nantinya yang akan mengembangkan lokasi wisata milik dusun Beteng.

Hasil dan Pembahasan

Pelaksanaan program pengelolaan infrastruktur dan marketing lokasi wisata Grojokan Sewu melalui website dan media sosial ini memiliki beberapa hasil positif dalam halnya memviralkan potensi wisata di dusun Beteng kepada masyarakat dan juga meningkatkan perekonomian masyarakat melalui para wisatawan yang berkunjung di wilayah tersebut. Adapun beberapa hasil dari berjalannya program ini adalah:

a. Edukasi masyarakat melalui penyuluhan pemberdayaan masyarakat

Pengelolaan pariwisata berbasis masyarakat merupakan pengelolaan wisata yang dilaksanakan dengan melibatkan masyarakat sekitar yaitu dengan cara memberdayakan

masyarakat sekitar dengan mengedepankan partisipasi aktif masyarakat dengan tujuan untuk memberikan kesejahteraan bagi mereka dengan tetap menjaga kualitas lingkungan, serta melindungi kehidupan sosial dan budayanya.(Purmada, 2016) Maka memberikan edukasi dan menyadarkan masyarakat dalam pengelolaan lokasi wisata menjadi bagian penting agar warga memahami perannya dalam memajukan desa serta perekonomian masyarakat. Melihat kondisi masyarakat saat ini belum banyak yang mengetahui bagaimana tata cara mengelola tempat wisata baik dari segi pengelolaan tata ruang, marketing, administrasi dan juga perencanaan jangka panjang. Tantangan utama dalam memajukan desa wisata grojokan sewu ini adalah bagaimana semua lapisan masyarakat bisa berperan dan bersinergi secara tepat agar dapat mendatangkan wisatawan yang berkunjung ke lokasi tersebut. Sebab sampai saat ini masyarakat masih belum bisa merasakan hasil daripada adanya lokasi wisata di wilayah mereka. Hal yang demikian itu disebabkan sebagian besar dari mereka masih menjadikan bercocok tanam sebagai mata pencaharian utama mereka sehingga mereka tidak dapat focus terhadap kemajuan desa yang memiliki potensi yang besar dalam sektor wisata.



Gambar 1: Penyuluhan terhadap masyarakat di balai dusun Beteng

Implementasi pemberdayaan masyarakat dalam hal ini dapat dilakukan melalui penyuluhan terhadap masyarakat, yaitu dengan cara mengumpulkan masyarakat di balai dusun Beteng untuk mengikuti penyuluhan dan menyadarkan masyarakat akan arti pentingnya tata kelola desa wisata dan juga pemasarannya dalam memajukan perekonomian warga. Hal tersebut bisa berjalan dan dapat dilakukan oleh sebagian besar warga dengan cara berkomitmen bersama dan memfokuskan ide-ide mereka dalam mengelola serta memasarkan wisata Grojokan sewu yang ada di dusun mereka, serta bekerjasama dengan perangkat desa dalam hal administrasi, marketing ataupun yang berkaitan dengan peraturan-peraturan daerah yang berlaku. Dengan demikian warga bisa mendapatkan keuntungan yang akan menambah penghasilan mereka dari pengelolaan lokasi wisata yang telah mereka kelola secara baik.

b. Pembuatan siteplan dan petunjuk lokasi wisata Grojokan sewu

Ketiadaan denah petunjuk lokasi wisata dan perencanaan tata kelola ruang wisata akan berdampak terhadap berkurangnya wisatawan yang berkunjung ke lokasi tersebut, hal tersebut dikarenakan kurangnya informasi yang didapat oleh wisatawan mengenai fasilitas yang ada pada lokasi wisata.(Farid Said dkk, 2017) Maka dalam hal ini siteplan dan juga petunjuk lokasi wisata dianggap perlu untuk perencanaan perbaikan sarana dan prasarana yang akan digunakan di lokasi wisata juga dalam memfasilitasi para wisatawan dengan memberikan informasi yang jelas kepada mereka sehingga dengan demikian diharapkan dapat memajukan wisata Grojokan Sewu. Akan tetapi hal tersebut haruslah

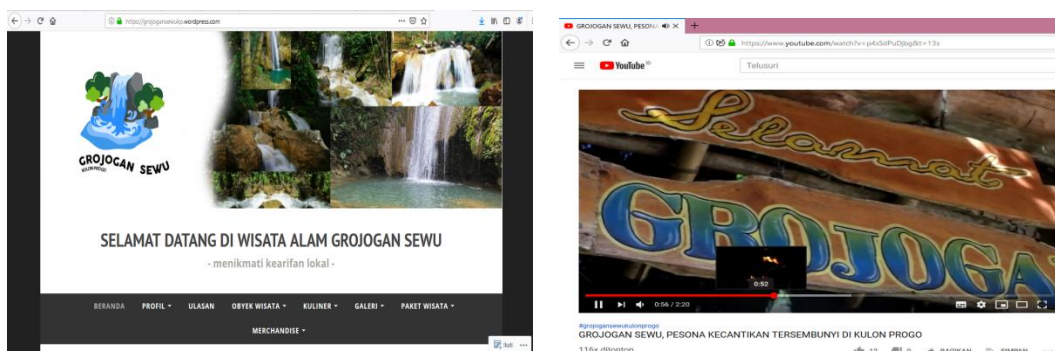
didukung dengan memaksimalkan pemberdayaan masyarakat dari sumberdaya manusia yang ada pada Dusun Beteng untuk dapat saling gotong royong dalam mewujudkan kawasan desa wisata. Adapun contoh siteplan dan petunjuk lokasi yang telah dibuat melalui program pengabdian masyarakat ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2: Siteplan dan petunjuk lokasi wisata Grojoka Sewu

c. Pembuatan website wisata Grojogan sewu dan publikasi Media sosial

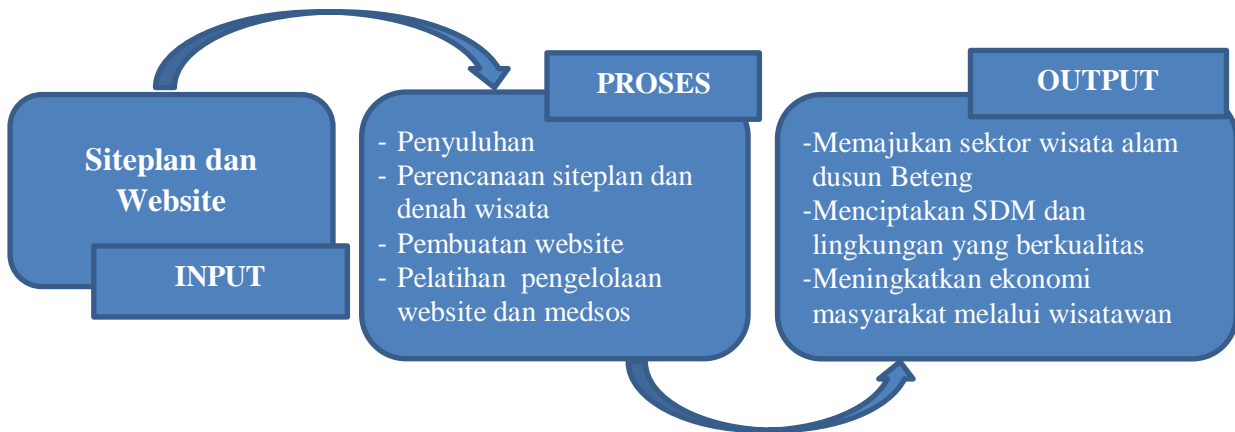
Era modern ini website dan media social menjadi salah satu alat paling efektif yang dapat digunakan untuk memasarkan segala produk yang ada kepada masyarakat luas, sebab jaringan internet pada saat ini sebagai jembatan komunikasi yang dapat memberikan informasi kepada setiap orang dimanapun ia berada. Website sudah menjadi komponen wajib bagi para pengelola usaha, tak terkecuali dalam sektor pariwisata yang dengannya para wisatawan dapat mencari informasi terkait lokasi wisata yang akan dikunjunginya. Maka pembuatan website wisata Grojogan sewu ini dipandang perlu guna mengenalkan, memasarkan dan memajukan potensi wisata yang ada di Dusun Beteng ini. Dalam hal ini UMY melalui LP3M telah mengutus mahasiswanya melalui program KKN bekerjasama dengan perangkat dusun beteng dalam mengenalkan lokasi wisata tersebut dengan membuat website wisata grojogan sewu, yang kemudian akan dikelola oleh para pemuda karang taruna yang ada di dusun tersebut. Dengan adanya system informasi tersebut diharapkadapat meningkatkan wisatawan yang berkunjung di lokasi grojogan sewu. Masyarakat dapat mengakses langsung website wisata tersebut di alamat: grojogansewu.kp.wordpress.com. Adapun contoh laman website dan publikasi media social tersebut sebagai berikut:



Gambar 3: Website Grojogan sewu dan publikasi melalui channel youtube

d. Pelatihan dan pendampingan dalam pengelolaan website dan media sosial

Masyarakat memiliki peran besar dalam melakukan pengembangan desa wisata dan pengelolaan daya tarik wisata di dusun Beteng. Pada tahap perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi masyarakat selalu terlibat sesuai tugas dan porsinya masing-masing. Begitu juga dengan pemasaran yang dilakukan melalui website, video dan perencanaan pengembangan kawasan wisata, hal tersebut harus dapat dilaksanakan dan dilanjutkan oleh masyarakat dusun Beteng, sebab ini merupakan sebuah program jangka panjang. Akan tetapi pengetahuan dalam mengelola website sangatlah jarang diketahui oleh masyarakat, begitu juga terhadap media social seperti twitter, Instagram dan lain-lain. Sebagian besar masyarakat menggunakan internet hanya sekedar untuk mencari informasi, akan tetapi banyak diantara mereka yang tidak mengerti bagaimana membuat, mengupload, mengisi data serta menjalankan website dan medsos tersebut. Dalam hal ini, kami berusaha untuk memberikan beberapa pelatihan dan pendampingan tentang tata cara pengelolaan website grojokan sewu kepada para pemuda karang taruna yang menjadi pengelola dalam mengembangkan lokasi wisata tersebut. Diharapkan kedepannya mereka dapat mandiri dan dapat memaksimalkan potensi alam yang ada pada wilayah mereka, sehingga dapat memajukan dusun beteng sebagai bagian daripada desa wisata alam yang ada di Indonesia, yang pada akhirnya juga dapat meningkatkan perekonomian warga sekitar dengan bertambahnya para wisatawan yang berkunjung ke lokasi wisata tersebut. Berikut tabel proses dan output yang dihasilkan dari program perencanaan infrastruktur dan digital marketing di dusun Beteng.



Kesimpulan

Program Pemberdayaan masyarakat (PPM) melalui program perencanaan infrastruktur dan digital marketing mampu memberikan solusi alternatif dalam mengatasi permasalahannya. Solusi yang telah terlaksanakan diantaranya:

1. Memajukan sektor wisata alam yang dimiliki dusun Beteng dengan adanya sebuah perencanaan melalui siteplan serta perbaikan sarana dan prasarana di lokasi objek wisata.
2. Membuat system teknologi informasi digital yang digunakan untuk memasarkan potensi desa wisata grojokan sewu terhadap masyarakat luas.

3. Menciptakan sumberdaya manusia dan lingkungan yang berkualitas yang dapat memaksimalkan segala potensi yang dimiliki desa khususnya dibidang wisata.
4. Bertambahnya jumlah wisatawan yang berkunjung ke desa wisata Grojokan Sewu Kulon Progo yang secara tidak langsung meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar.
5. Meningkatkan peran masyarakat atas kepeduliannya terhadap pengembangan objek wisata alam serta pengetahuannya dalam memasarkan desa wisata ke masyarakat luas.

Saran kami kepada pengelola lokasi wisata dan juga website Grojokan Sewu untuk dapat terus mengupdate segala sesuatu yang menjadi potensi desa tersebut, baik dari sarana prasarana maupun informasi yang dapat disampaikan ke masyarakat luas. sehingga bisa memajukan sektor wisata secara profesional. Dan juga kepada jajaran perangkat Dusun Beteng untuk dapat berkolaborasi dengan seluruh jajaran masyarakat dalam menjalankan program memajukan wisata Grojokan Sewu ini dengan saling bahu membahu dalam membenahi dan memasarkan lokasi wisata tersebut, sehingga kedepannya dapat memajukan perekonomian masyarakat sekitar secara tidak langsung.

Ucapan Terima Kasih

1. Lembaga Pendidikan, Penelitian, dan Pengabdian pada masyarakat (LP3M) Universitas Muhammadiyah Yogyakarta atas Kemitraan Pelaksanaan KKN PPM di Dusun Beteng desa Jatimulyo Kulonprogo.
2. Kepala Dusun Beteng, Jatimulyo, Kulonprogo Yogyakarta atas Kemitraan Program KKN PPM
3. Warga Dusun Beteng, Desa Jatimulyo yang telah bersedia bermitra untuk Pelaksanaan program pengelolaan infrastruktur dan marketing lokasi wisata Grojokan Sewu melalui website dan media social.
4. Mahasiswa KKN Universitas Muhammadiyah Yogyakarta kelompok 049.

Daftar Pustaka

<http://www.wanatirta.com/pembuatan-master-plan-pengembangan-desa-wisata>

https://id.wikipedia.org/wiki/Jatimulyo,_Girimulyo,_Kulon_Progo

Purmada, Dimaz Kurnia dkk. 2016. *Pengelolaan Desa Wisata Dalam Perspektif Community Based Tourism*. JAB: Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 32 No. 2 Maret 2016. Malang

Rizkianto Neno, Topowijono. 2018. *Penerapan Konsep Community Based Tourism Dalam pengelolaan daya Tarik Wisata Berkelanjutan*. JAB: Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 58 No. 2 Mei 2018. Malang

Said, Farid dkk. 2017, *Pengembangan daya Tarik wisata melalui perancangan petawisata pantai berbasis Google Scetch up*. Jurnal Pekommas, Vo 2, No 2, Okt 2017. Makassar

Wijaya, Stevanus.2016. *Media Sosial bagi Desa Wisata: Sebuah Kajian Konseptual*. Media Teknika Jurnal Teknologi Vol. 11, No. 1, Juni 2016. Yogyakarta.

Winanis, Agus & Dody Setyawan. 2016. *Efektivitas Program Pengembangan Desa Wisata Melalui Kelembagaan Dalam Peningkatan Sumber Daya Alam (SDA)*. JISIP: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Vol. 5, No. 2 (2016). Malang