

## Peningkatan Kapasitas Pokdarwis Dalam Penerapan Digital Marketing Untuk Desa Wisata Kampung Tudung di Desa Grujugan Kabupaten Kebumen

*Capacity Building of Pokdarwis in Implementing Digital Marketing for Kampung Tudung Tourism Village in Grujugan Village, Kebumen Regency*

Siti Khomsah <sup>\*1</sup>, Sena Wijayanto<sup>2</sup>, Novanda Alim Setya Nugraha<sup>3</sup>, Halim Qista Karima<sup>4</sup>

<sup>1</sup> Department of Data Science, Institut Teknologi Telkom Purwokerto

<sup>2</sup> Department of Information System, Institut Teknologi Telkom Purwokerto

<sup>3</sup> Department of Informatics Engineering, Institut Teknologi Telkom Purwokerto

<sup>4</sup> Department of Industrial Engineering, Institut Teknologi Telkom Purwokerto

\* [siti@ittelkom-pwt.ac.id](mailto:siti@ittelkom-pwt.ac.id)

### ABSTRAK

Desa Wisata Kampung Tudung berada di Desa Grujugan Kecamatan Petanahan Kabupaten Kebumen Provinsi Jawa Tengah. Wisata Kampung Tudung disingkat “Wiskadung”. Saat ini, pemasaran Wiskadung menggunakan media manual seperti brosur dan media instagram. Namun pengelolaan instagram masih belum optimal. Kegiatan pengabdian ini bertujuan meningkatkan kapasitas pengelola Wiskadung dalam hal penggunaan media online pemasaran. Metode yang digunakan antara lain observasi lapangan, *forum group discussion*, pelatihan media sosial, pembuatan website kampung tudung, sosialisasi dan pelatihan pengelolaan website. Hasil seluruh rangkaian kegiatan pengabdian adalah Instagram wiskadung lebih terkelola menjadi lebih baik dengan adanya penambahan *highlight*. Sedangkan semula hanya website desa yang digunakan untuk informasi Wiskadung, saat ini sudah ada website kampung tudung dot com yang dapat digunakan untuk salah satu media promosi Wiskadung.

**Kata kunci** — desa wisata, pemasaran, website, media sosial

### ABSTRACT

*The Tourism Village of Kampung Tudung is located in Grujugan Village, Petanahan District, Kebumen Regency, Central Java Province. Tudung village tourism is abbreviated as "Wiskadung". Currently, Wiskadung marketing uses manual media such as brochures and Instagram media. However, Instagram management is still not optimal. This service activity aims to increase the capacity of Wiskadung managers in terms of using online marketing media. The methods used include field observations, group discussion forums, social media training, making the Kampung Tudung website, outreach, and website management training. The result of the entire series of community service activities is that Wiskadung's Instagram is better managed for the better with the addition of highlights. Whereas previously only the village website was used for Wiskadung information, now there is a kampung tudung dot com website that can be used as one of the Wiskadung promotional media.*

**Keywords** — kampung tudung village, digital marketing, website, social media



© 2022. Siti Khomsah, Sena Wijayanto, Novanda Alim Setya Nugraha, Halim Qista Karima



Creative Commons  
Attribution 4.0 International License

## 1. Pendahuluan

Desa Wisata didefinisikan sebagai suatu bentuk integrasi antara potensi daya tarik wisata alam, wisata budaya, dan wisata hasil buatan manusia dalam satu kawasan tertentu dengan didukung oleh atraksi, akomodasi, dan fasilitas lainnya sesuai kearifan lokal masyarakat[1]. Salah satu desa di Jawa Tengah, yaitu Desa Grujugan yang terletak di Kecamatan Petanahan Kabupaten sedang merintis pembangunan sebagai desa wisata.

Potensi budaya, alam, dan sejarah menjadi modal Desa Grujugan untuk mengembangkan diri menjadi desa wisata. Di Desa Grujugan terdapat situs-situs sejarah peninggalan zaman kemerdekaan seperti Gereja Tua yang dibangun sejak tahun 1800-an, petilasan Dewi Renges, dan Sumur Tiban. Kehidupan masyarakat Desa Grujugan sebagai perajin bambu telah menjadi tradisi pekerjaan turun temurun. Sebagian besar penduduknya berprofesi sebagai perajin bambu. Salah satu kerajinan utamanya adalah tudung (caping gunung) atau biasa dikenal topi yang terbuat dari anyaman bambu. Pekerjaan sebagai perajin yang turun temurun membuat Desa Grujugan sering dikenal sebagai Kampung Tudung. Keahlian membuat tudung dengan cara dianyam merupakan ilmu yang diturunkan secara turun temurun dari puluhan tahun yang lalu. “Brayan” yaitu kegiatan menganyam secara rutin yang dilakukan secara berkelompok oleh perajin anyaman di tempat dan waktu tertentu, merupakan kekakayaan budaya lokal yang dapat dikelola menjadi sebuah komoditas wisata. Sebutan kampung tudung oleh masyarakat Kecamatan Penatahan yang ditujukan kepada Desa Grujugan, secara alamiah menjadi branding bagi Desa Grujugan. Situasi tersebut dimanfaatkan oleh warga untuk mengembangkan desa sebagai desa wisata dengan nama “Wisata Kampung Tudung (Wiskadung)”. Rintisan desa wisata ini di kelola oleh kelompok sadar wisata (Pokdarwis). Paket wisata di kampung tudung

antara lain edu wisata, yaitu pembelajaran mengayam bagi anak -anak TK – SD. Kampung Tudung juga telah melengkapi daya Tarik dengan membangun gazebo bambu dan tempat-tempat foto yang instagramable.

Saat ini, pemasaran paket wisata dilakukan Pokdarwis menggunakan cara manual dengan booklet, datang ke sekolah – sekolah sekitar desa. Pemasaran manual pada era digital saat ini kurang efektif. Pada era digital, media digital merupakan alternatif dalam pemasaran produk. *Digital marketing* adalah promosi atau pemasaran yang memanfaatkan media secara digital atau online [2]. Media Sosial merupakan salah satu contoh media yang digunakan dalam penerapan *digital marketing*. Pemasaran menggunakan media sosial memiliki kelebihan yaitu mampu meraih konsumen secara langsung dan biaya yang dikeluarkan murah [3]. Karena kelebihan tersebut membuat pemasaran menggunakan sosial media menjadi pilihan untuk pemasaran di UMKM[4]. Banyak metode pemasaran melalui media digital seperti virtual tour [5], memanfaatkan teknologi website dan multimedia untuk membangun website desa wisata sehingga penyebaran informasi lebih luas [6][7]. Penggunaan media sosial juga penting dan diperlukan kemampuan *copyrighting* [8]. Pendampingan pengelolaan sosial media untuk pemasaran mampu meningkatkan wawasan strategi pemasaran desa wisata[9].

Terkait pemanfaatan media digital, Desa Grujugan sudah mempunyai tim khusus yaitu tim media sosial yang bertugas mengelola website desa dan instagram kampung tudung. Namun website tersebut tidak fokus pada promosi wisata Kampung Tudung. Sedangkan pada pengelolaan instagram masih perlu dioptimalkan. yang dilakukan masih belum optimal karena tim media sosial Kampung Tudung tidak mempunyai ketrampilan menggunakan media sosial untuk pemasaran dan menjangkau konsumen lebih luas. Berdasarkan latar belakang diatas, tim pengabdian masyarakat ITTP mengajukan solusi



berupa kegiatan peningkatan kapasitas Pokdarwis untuk dalam optimalisasi metode pemasaran wisata Kampung Tudung melalui media online. Kegiatan ini diajukan untuk didanai oleh skema hibah PKM tahun 2022 dari LPPM IT Telkom Purwokerto

## 2. Metodologi

Kegiatan pengabdian masyarakat bermitra dengan Pokdarwis Desa Grujugan sebagai pengelola desa wisata Kampung Tudung. Waktu pelaksanaan berlangsung mulai bulan Mei – September 2022. Peserta kegiatan adalah masyarakat Desa Grujugan, wartawan desa, dan tim media sosial Desa Grujugan. Jumlah peserta kurang lebih 15- 20 orang. Metode pelaksanaan kegiatan ini antara lain:

### 2.1 Observasi Awal

Observasi bertujuan memahami situasi lapangan atau lingkungan desa wisata Kampung Tudung meliputi aktifitas perajin dan kondisi titik- titik wisata yang sudah ada dan akan dikembangkan lebih lanjut. Tahap observasi bertujuan untuk mengenali potensi dan kegiatan wisata yang sudah terlaksana. Metode observasi yang digunakan adalah wawancara langsung dan pengamatan. Wawancara langsung dengan warga, pengelola desa wisata Kampung Tudung, perajin, dan perangkat desa.

### 2.2 Forum Group Discussion (FGD)

Kegiatan FGD bertujuan untuk menggali masalah – masalah yang dihadapi oleh pengelola desa wisata Kampung Tudung. Pada kegiatan ini melibatkan berbagai pihak antara lain kepala desa, perangkat desa, Pokdarwis, wartawan desa, dan pengelola media sosial desa.

### 2.3 Pelatihan

Pelatihan ini bertujuan memberikan peningkatan keahlian pada pihak-pihak terkait pengelola Desa Wisata. Pelatihan yang diselenggarakan antara lain pelatihan pemasaran menggunakan media sosial yaitu pengelolaan instagram, whatsapp bisnis, dan penggunaan website. Menurut

## 2.4 Pembuatan Website Kampung Tudung

Salah satu media online untuk pemasaran adalah website [7]. Selain membuat website, optimalisasi konten website supaya masuk dapat diindeks dalam halaman utama mesin pencarian juga penting dilakukan. Search Engine Marketing (SEM) merupakan salah satu strategi untuk meningkatkan visibilitas website dalam mesin pencairan seperti Google, Yahoo, dan Bing[10].

Pembuatan website ini dikerjakan oleh tim pengabdian, kemudian diserahkan ke pihak pengelola desa wisata Kampung Tudung. Tim pelaksana memberikan pelatihan dan pendampingan sampai dengan tim pengelola web dari desa mampu mengoperasikan website secara mandiri.

## 3. Pembahasan

### 3.1 Potensi dan Kegiatan Kampung Tudung

Berdasarkan obervasi lapangan pada tanggal 23 Mei 2022, didapatkan data perajin, data kegiatan wisata, dan data situasi objek-objek wisata Kampung Tudung. Objek- objek wisata yang sudah ada ditunjukkan oleh Gambar 1a- 1d. Area spot wisata berupa Gazebo dan warung- warung berada di area jalan masuk ke Desa.

Sedangkan objek wisata yang masih dapat dikembangkan antara lain Gereja Tua peninggalan Belanda, ditunjukkan Gambar 2. Gereja ini merupakan bangunan bersejarah. Gereja yang sekitar tahun 1800-an muncul saat zaman penjajahan Belanda. Arsitektur dan sejarah keberadaan gereja ini dapat diolah menjadi obyek wisata yang lebih menarik sebagai *heritage* atau peninggalan bangunan bersejarah dan memiliki nilai kekayaan budaya. Apalagi jumlah pemeluk Agama Kristen di Desa Wisata Grujugan cukup banyak, dan hidup dalam secara damai berdampingan dengan masyarakat muslim secara turun-temurun. Selain bangunan bersejarah, budaya masyarakat desa juga menarik menjadi komoditas wisata. Salah satu kegiatan ciri khas desa yaitu “Brayan”. Brayan merupakan kegiatan menganyam secara berkelompok antarsatu tetangga bersama tetangga lainnya, seperti pada Gambar 3.





Gambar 1a. Spot Foto dan Gazebo di Area Jalan Masuk Desa Grujungan (sumber: dokumen desa)



Gambar 1b. Gazebo untuk Pengunjung (sumber: dokumen desa)



Gambar 1c. Spot Foto Pengunjung (sumber: dokumen desa)



Gambar 1d. Spot Jagongan/ duduk (sumber: dokumen desa)



Gambar 2. GKJ Grujugan Kecamatan Petanahan, Kebumen telah berdiri sejak 1929 oleh dua pendeta dari Belanda ( sumber: [www.surabaru.id](http://www.surabaru.id))



Gambar 3. Kegiatan Brayan

Berdasarkan hasil wawancara, di Desa Grujugan ada 863 perajin dengan profil berdasarkan jenis kelamin, pada Tabel 1. Proporsi humlah perajin laki- laki dan perempuan hampir sama.

Tabel 1. Perajin Berdasarkan Gender

Jenis Kelamin	Jumlah	Prosentase
Pria	405	46,92%
Wanita	458	53,08 %
Total	863	100%

Sedangkan berdasarkan kelompok umur pada Tabel 2, mayoritas perajin berumur 40- 59 tahun. Perajin usia lansia ternyata cukup banyak yaitu 32,63 % dari total jumlah perajin di Desa Grujugan.

Tabel 2. Perajin Berdasarkan Umur

Rentang Umur (tahun)	Jumlah	Prosentase
59 >	273	31,63%
40 – 59	514	59,55%
< 40	76	8,8%

Sedangkan jenis kerajinan yang dibuat oleh para perajin berbeda-beda, namun secara umum dapat dirangkum pada Tabel 3. Ada perajin yang membuat satu jenis kerajinan, ada yang beberapa jenis kerajinan.

Tabel 3. Jenis Kerajinan Desa Grujugan

No	Nama Produk
1.	Tas Keranjang
2.	Besek
3.	Tudung Buyuk
4.	Tudung Bintangan
5.	Babon

No	Nama Produk
6.	Lambar Rangkep
7.	Besek Mika
8.	Tudung Plipidan Alus
9.	Sangkar Burung
10.	Kepis
11.	Tudung Procot
12.	Kipas
13.	Krei
14.	Jobong
15.	Tumbu
16.	Tolok
17.	Tudung Plipidan Kasar
18.	Tudung Papakan
19.	Tudung Kewuk
20.	Tudunglorek
21.	Tudung Ceblean
22.	Tudung Ceperan
23.	Tudung Praci
24.	Tudung Jaden
25.	Ebeg
26.	Tudung Slotho
27.	Kukusan
28.	Tudung Batik Titik
29.	Tudung Bajor
30.	Bok Ayam

Produk atau jenis kerajinan yang paling banyak dibuat oleh perajin adalah caping atau topi bambu ( tudung). Tudung tersebut beragam model ada mulai Buyuk sampai Bajor. Sedangkan jenis kerajinan lain seperti ebeg, kukusan, tolak, tombok, besek, tas keranjang, krei, kipas, besek, dan lembar rangkep. Gambar 4 adalah tudung produk Desa Grujugan.



Gambar 4. Tudung Produk Perajin Desa Grujugan

## 1.2 Solusi dan Indikatornya

Pada tanggal 23 Mei dan 7 Juni 2022 diadakan diskusi antara tim pelaksana pengabdian dan mitra yaitu perangkat desa, anggota Pokdarwis, dan wartawan desa, serta pengelola media sosial serta website desa. Hasil FGD antara lain membahas mengenai permasalahan yang dihadapi oleh pengelola desa wisata terutama terkait pemasaran produk wisata. Berdasarkan FGD didapat pemetaan masalah utamanya di unsur pemasaran serta solusi yang ditawarkan, ditunjukkan pada Tabel 4 berikut.

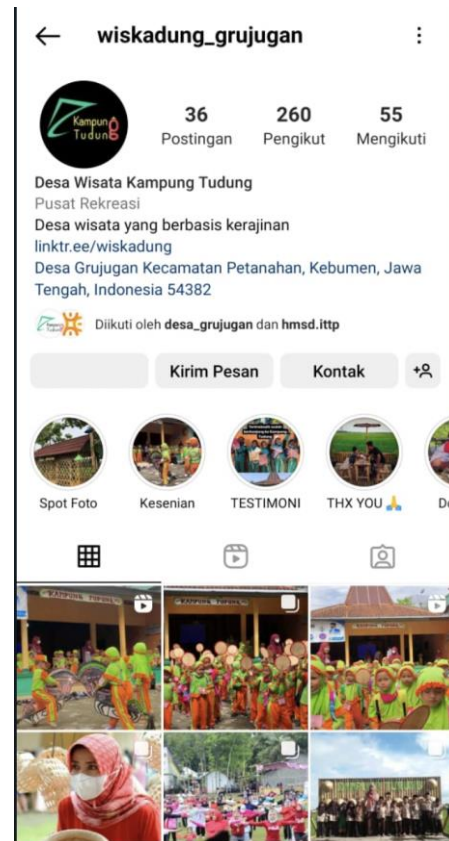
Tabel 4. Permasalahan dan Solusi Indikatornya

Masalah	Solusi	Indikator capaian
Kurang mampu mengelola media sosial	Pelatihan media sosial instagram	Peningkatan pemahaman peserta
Media promosi selain instgram belum ada	Pembuatan website kampung tudung	Dapat diakses

## 1.3 Pelatihan Media Sosial

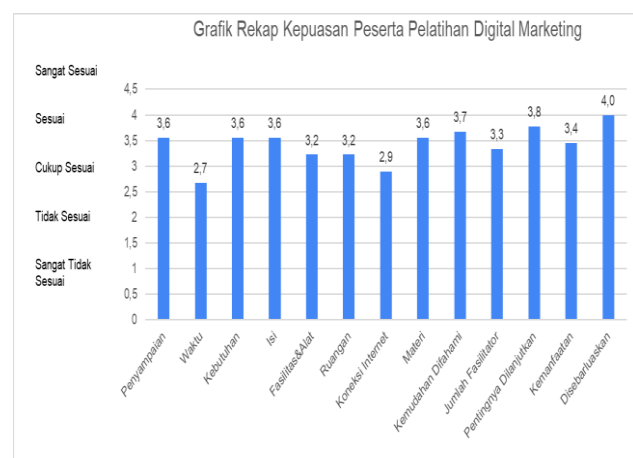
Pelatihan pengelolaan media sosial diikuti oleh 20 orang yang terdiri dari perajin, wartawan desa, dan pengelola website desa. Materi pelatihan meliputi pengenalan berbagai macam media sosial seperti facebook, Instagram, whatsapp bisnis, email, dan website media informasi online. Secara umum peserta pelatihan sudah mampu mengoperasikan media sosial bahkan Sebagian besar peserta sudah mempunyai akun Instagram baik untuk pribadi maupun kegiatan pemasaran. Namun, sebagian besar baru menggunakan sebagai media *upload* foto- foto pribadi. Sedangkan Instagram kampung tudung sudah ada namun belum dikelola dengan baik. Pembaharuan data terakhir di bulan Februari 2022 mengindikasikan bahwa akun tersebut kurang diperhatikan oleh pengelola. Akun Instagram Kampung Tudung seperti Gambar 5. Dampak pelatihan diukur dengan kuesioner yang berisi pertanyaan terkait cara penyampaian materi, waktu, kebutuhan peserta, kesesuaian isi pelatihan, fasilitas dan alat, kesediaan ruangan,

koneksi internet, kemudahan materi, jumlah fasilitator, keberlanjutan, manfaat, dan tindak lanjut oleh peserta (disebarluaskan).



Gambar 5. Instagram Desa Wisata Kampung Tudung

Dengan pelatihan tingkat pemahaman peserta tentang bagaimana mengelola media sosial menjadi lebih meningkat. Hasil kuesioner ditunjukkan oleh Gambar 6. Kuesioner menggunakan skala likert 1-5.

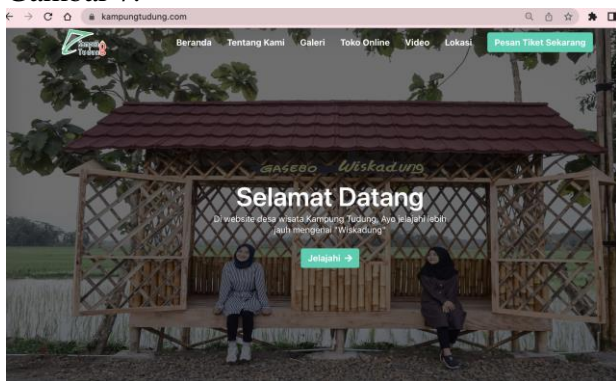


Gambar 6. Grafik Kepuasan Pelatihan Digital Marketing

Pada Gambar 6, Desa Wisata Grujungan/Kampung Tudung membutuhkan pelatihan pemasaran melalui media sosial, ditunjukkan dengan nilai variabel “kebutuhan” mencapai 3,6 dari skala 1-5, dan mereka menganggap pelatihan ini penting untuk dilanjutkan ditunjukkan oleh nilai 3,8 dari skala 1-5.

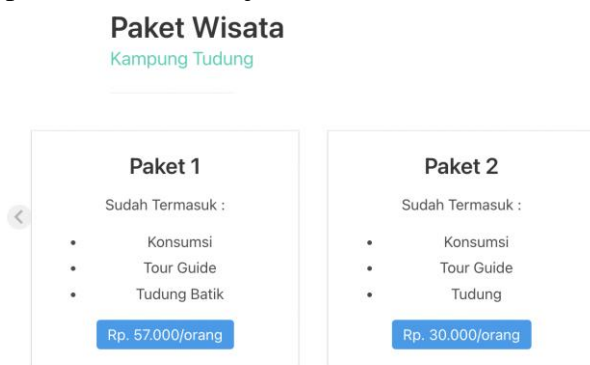
#### 1.4 Pembuatan dan Pelatihan Website

Pembuatan website oleh tim pelaksana dimulai sejak bulan Juni sampai dengan September 2022. Website dilengkapi dengan fitur pesan tiket, toko online, galeri wisata, artikel, paket wisata, dan video. Setiap fitur dapat dikelola dengan mudah karena telah disediakan fitur admin yang memudahkan input, edit, dan hapus data. Fitur admin dirancang untuk memudahkan pengelola (admin) meskipun tidak mempunyai pengetahuan tentang kode program ataupun CMS. Tampilan website ada pada Gambar 7.



Gambar 7. Halaman Utama Website

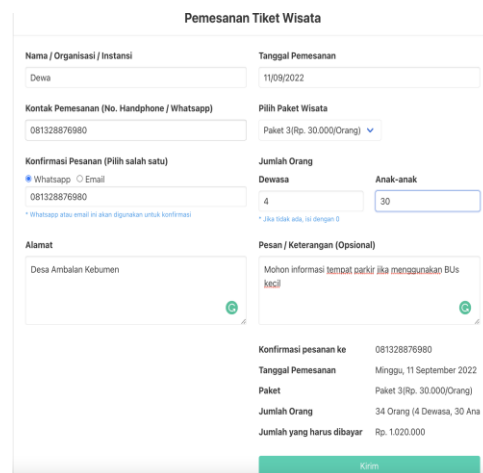
Website juga telah memuat informasi paket-paket wisata, ditunjukkan Gambar 8.



Gambar 8. Daftar Paket Wisata

Fitur pemesanan tiket ditunjukkan Gambar 9. Melalui website ini, masyarakat dapat memesan

tiket secara online. Hal ini untuk memudahkan calon wisatawan mendapatkan layanan wisata.



Gambar 9. Fitur Pemesanan Tiket

Website telah menggunakan domain dan hosting berbayar dengan alamat [www.kampungtudung.com](http://www.kampungtudung.com). Setelah website dapat diakses secara publik, kemudian diadakan sosialisasi kepada pengelola media online desa yaitu wartawan desa sekaligus sosialisasi kepada Pokdarwis sebagai pengelola desa wisata Kampung Tudung.

Sosialisasi dan pelatihan penggunaan dilakukan pada 7 Oktober 2022, diikuti oleh 15 orang. Dari pelatihan ini dapat diketahui bahwa anggota Pokdarwis yang usia tua kesulitan mengoperasikan website. Hal ini karena keterbatasan kemampuan menggunakan laptop atau komputer. Oleh karena itu, pengelolaan website diserahkan kepada tim pengelola media desa. Kegiatan pelatihan dan sosialisasi website ditunjukkan oleh Gambar 10.



Gambar 8. Pelatihan dan sosialisasi website



#### 4. Kesimpulan

Kegiatan pengabdian telah terlaksana sesuai rencana dan target yang telah ditentukan. Target peningkatan kapasitas pemasaran melalui media sosial telah tercapai. Kapasitas peserta sasaran dalam penggunaan media sosial meningkat dari awalnya instagramnya masih belum terorganisir menjadi lebih tertata rapi dengan pengelompokan informasi, saat ini sudah tertata dengan adanya *highlight*. Website Kampung Tudung sudah dapat diakses dengan baik oleh publik dan terdapat fitur pemesanan tiket *online*. Namun, fitur tersebut belum dimanfaatkan secara optimal oleh calon wisatawan yang akan berkunjung. Maka tindak lanjut yang perlu diperhatikan adalah pengoperasian website agar optimal serta promosi terkait pemanfaatan website tersebut secara masif. Pada kegiatan berikutnya, perlu pendampingan kepada tim media desa sebagai pengelola dan memantau dampak adanya website terhadap jumlah kunjungan wisata.

#### 5. Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terimakasih kepada LPPM IT Telkom Purwokerto yang telah memberikan dana pelaksanaan pengabdian masyarakat ini melalui program hibah PKM. Ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada Pemerintah Desa Grujugan, Pokdarwis Desa Wisata Kampung Tudung, seluruh perangkat desa serta masyarakat Desa Grujugan yang mendukung pelaksanaan kegiatan ini.

#### 6. Daftar Pustaka

- [1] *Pergub Jawa Tengah Nomor 53 Tahun 2019 Tentang Petunjuk Pelaksanaan Perda Jawa Tengah Nomor 2 Tahun 2019 Tentang Pemberdayaan Desa Wisata Di Provinsi Jawa Tengah*. 2019, pp. 5–10.
- [2] J. Sulaksono and N. Zakaria, “Peranan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umk) Desa Tales Kabupaten Kediri,” *Generation Journal*, vol. 4, no. 1, pp. 41–47, Mar. 2020, doi: 10.29407/GJ.V4I1.13906.
- [3] I. T. Sihidi, A. Nurjaman, and H. K. Hardini, “Pelatihan Digital Marketing di Golden Ways Arum Manis Desa Pendem Kota Batu,” vol. 5, no. 3, pp. 467–471, 2022.
- [4] R. J. Naimah, M. W. Wardhana, R. Haryanto, and A. Pebriyanto, “Penerapan Digital marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM,” *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*, vol. 2, no. 2, p. 39, 2020, doi: 10.31961/impact.v2i2.844.
- [5] S. I. Putri, F. P. W. Lusianingrum, and A. I. Winadi, “Pemanfaatan Media Sosial Untuk Optimalisasi Pemasaran Desa Wisata,” *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, vol. 6, no. 4, pp. 3139–3147, 2022.
- [6] H. A. Mumtahana, S. Nita, and A. W. Tito, “Pemanfaatan Web E-Commerce untuk Meningkatkan Strategi Pemasaran,” *KHAZANAH INFORMATIKA*, vol. 3, no. 1, pp. 6–15, 2017, [Online]. Available: <http://journals.ums.ac.id/index.php/khif/article/view/3309/2784>
- [7] A. Wahyudin, D. Kristiadi, A. S. Utomo, A. Marwati, and R. A. Gulang, “Pemanfaatan Multimedia Dalam Pengembangan dan Promosi Potensi Desa Wisata Adiluhur Kebumen,” *Aksiologi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 5, no. 2, 2021, doi: 10.30651/aks.v5i2.3988.
- [8] A. A. Rahma, “Penguatan SDM dalam e-Marketing untuk Promosi Desa Wisata di Kabupaten Malang,” *Jurnal Nasional Pariwisata*, vol. 12, no. April, pp. 1–8, 2020.
- [9] T. S. A. Zulaikha, S. Fauzan, T. A. Z. Khadijah, and W. Fahmisyah, “Pendampingan Pengembangan Digital Marketing Desa Wisata Gubugklakah Kabupaten Malang,” *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, vol. 2, no. 3, pp. 168–174, 2022, doi: 10.32764/abdimas\_ekon.v2i3.2158.
- [10] A. Kunia, *Strategi Pemasaran Digital sebagai Destinasi Desa Wisata: Pemanfaatan Pemasaran berbasis Digital sebagai Upaya Pemasaran Desa Wisata di Indonesia*. Jakarta: Universitas Bakrie Press, 2021. [Online]. Available: <https://www.dimakstrategy.com/strategi-pemasaran-digital-dan-langkah-langkahnya/>

