

STRATEGI PROMOSI POTENSI DESA UNTUK MENUNJANG PEMBENTUKAN DESAS AGROWISATA PUNTUKREJO NGARGOYOSO KARANGANYAR

Musyawahroh, Untung Joko Cahyono, Avi Marlina, Tri Joko Daryanto, Leny Pramesti, Sumaryoto,
Widi Suroto, Made Suastika, Ummul Mustaqimah

Prodi Arsitektur Fakultas Teknik Universitas Sebelas Maret Surakarta
musyawahroh@staff.uns.ac.id

Abstrak

Desa agrowisata menawarkan kegiatan pertanian sebagai daya tarik wisata serta melibatkan penduduk lokal dalam perencanaan hingga pengelolaannya. Agrowisata juga bertujuan untuk memperluas pengetahuan, pengalaman, rekreasi, dan hubungan usaha di bidang pertanian. Promosi online sangat diperlukan untuk memajukan desa agraris menjadi daerah tujuan wisata. Desa Puntukrejo memiliki potensi pariwisata alam yang indah dan iklim yang sejuk, serta memiliki berbagai UMKM. Akan tetapi potensi tersebut belum seluruhnya dikenal oleh masyarakat luas termasuk Soloraya dan sekitarnya. Kegiatan ini bertujuan untuk mendampingi masyarakat Desa tersebut dalam mempromosikan potensinya melalui media sosial. Tahapan kegiatan yang dilakukan adalah : 1) identifikasi dan pendokumentasian potensi desa yang diunggulkan; 2) merencanakan model promosi bagi potensi tersebut; 3) pelatihan pembuatan dan pengelolaan website. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah pendampingan masyarakat dengan melibatkan partisipasi masyarakat secara aktif. Hasil dari kegiatan tersebut adalah website yang representatif untuk mempromosikan potensi Desa Puntukrejo Ngargoyoso Karanganyar yang dapat mendukung terbentuknya Desa Agrowisata.

Kata kunci: Promosi, potensi desa, agrowisata, Puntukrejo

1. PENDAHULUAN

Sektor pariwisata merupakan salah satu sumber devisa negara yang sangat penting dan memberikan sumbangan yang cukup berarti bagi pembangunan. Produk wisata konvensional mulai banyak ditinggalkan beralih kepada produk wisata yang lebih menghargai lingkungan, alam, budaya dan atraksi secara spesial. Kepuasan wisatawan tidak lagi bersandar pada keindahan alam dan kelengkapan fasilitas wisata melainkan juga pada keleluasaan intensitas interaksi dengan lingkungan dan masyarakat lokal (Susyanti & Latianingsih, 2014).

Promosi sangat diperlukan untuk menunjang kemajuan daerah tujuan wisata. Promosi merupakan media komunikasi yang membantu pemasaran pariwisata dalam berbagai elemen pemasaran dan dalam hal ini berperan dalam media komunikasi serta *sharing* konten. Dalam media komunikasi terdapat berbagai media sebagai saluran pemasaran, destinasi, aksesibilitas dan saluran media sumber daya manusia dan kelembagaan pariwisata (Bungin dalam Paramita, 2020). Lebih lanjut Bungin menjelaskan bahwa komunikasi berperan menyiapkan konten pesan yang akan disampaikan kepada publik atau wisatawan tentang apa yang harus mereka ketahui.

Desa Puntukrejo di Kecamatan Ngargoyoso Kabupaten Karanganyar adalah sebuah pedesaan yang terletak di lereng Gunung Lawu dengan ketinggian 750-1000 m dpl dan suhu rata-rata 21,5°C (Bappeda, 2019). Desa ini memiliki potensi pariwisata keindahan pemandangan alam, iklim yang sejuk dan berbagai UMKM yang telah dikenal oleh masyarakat Soloraya (lihat gambar 1). Potensi yang ini memenuhi syarat sebagai daya tarik wisata karena memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan (Kemenpar, 2014). Hal ini sejalan dengan keinginan

masyarakat Desa Puntukrejo yang menghendaki desanya akan dibentuk menjadi Desa Wisata (Musyawaroh, dkk, 2020). Pembentukan desa wisata dapat memberikan dampak positif bagi desa itu sendiri, diantaranya adalah akan adanya lahan pekerjaan baru bagi masyarakat sehingga dapat menurunkan angka pengangguran di desa tersebut (Kasim, dkk., 2020).



Gambar 1: Lokasi Desa Puntukrejo

Desa Wisata adalah sebuah desa yang dijadikan wilayah pelestarian alam lingkungan ekosistem serta simpul budaya tradisional masyarakat dengan tidak menghambat perkembangan warganya untuk meningkatkan kesejahteraan hidupnya melalui usaha kepariwisataan (Kemenpar, 2014). Pariwisata Inti Rakyat (PIR) mendefinisikan desa wisata sebagai suatu kawasan pedesaan yang menawarkan keseluruhan suasana yang mencerminkan keaslian perdesaan baik dari kehidupan sosial ekonomi, sosial budaya, adat istiadat, keseharian, memiliki arsitektur bangunan dan struktur tata ruang desa yang khas, atau kegiatan perekonomian yang unik dan menarik serta mempunyai potensi untuk dikembangkannya berbagai komponen kepariwisataan, seperti atraksi, akomodasi, makanan-minuman dan kebutuhan wisata lainnya (Hadiwijoyo, 2012).

Agrowisata merupakan bentuk wisata pedesaan yang menawarkan kegiatan pertanian (agro) khas sebagai daya tarik wisata. Agrowisata melibatkan penduduk lokal dalam perencanaan sampai pengelolaannya, dan menimbulkan motivasi/daya tarik wisatawan untuk berkunjung (Muzha et.al., 2004; Andini, 2013, Swari et.al., 2020). Agrowisata juga bertujuan untuk memperluas pengetahuan, pengalaman, rekreasi, dan hubungan usaha di bidang pertanian (Kuncoro, 2011). Pengembangan agrowisata yang menonjolkan budaya lokal dalam memanfaatkan lahan, bisa melestarikan sumber daya lahan, meningkatkan pendapatan petani, serta memelihara budaya maupun teknologi lokal (*indigenous knowledge*) sesuai dengan kondisi lingkungan alamnya (Deptan, 2002).

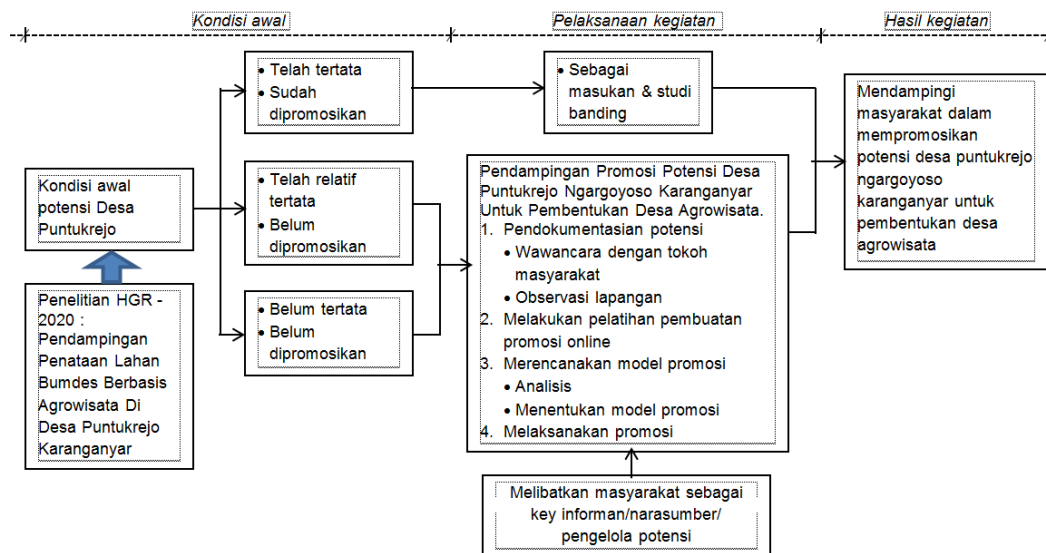
Desa Puntukrejo banyak mempunyai potensi yang belum semuanya tertata dan terpromosikan dengan baik. Dalam upaya untuk meningkatkan animo pengunjung ke desa Puntukrejo, maka perlu adanya penguatan promosi. Penerapan strategi promosi yang tepat akan dapat meningkatkan animo wisatawan untuk berkunjung (Widyastuty, Rukmana, & Tribhuwaneswari, 2020). Publikasi menjadi hal yang sangat penting dalam mengenalkan ataupun mempromosikan potensi dari suatu daerah apapun itu, baik itu potensi sumber daya manusia maupun potensi sumber daya alam (Romadhon, 2017). Oleh karena itu diperlukan Pendampingan Promosi Potensi Desa Puntukrejo agar potensi desa dapat terpromosikan baik selain itu juga agar dapat menumbuhkan motivasi warga untuk mulai menata kawasannya secara mandiri agar segera dapat dipromosikan bersama-sama.

2. METODE

Pelaksanaan kegiatan pengabdian pada masyarakat di Desa Puntukrejo terdiri dari tiga tahap: 1) identifikasi potensi dan pendokumentasian; 2) merencanakan model promosi; 3) pelatihan

pembuatan dan pengelolaan website untuk menunjang promosi. Kegiatan pertama koordinasi dengan masyarakat, observasi lapangan yang melibatkan mahasiswa untuk mengidentifikasi potensi alam dan kegiatan UMKM masyarakat setempat. Tahap ke-2 adalah analisis pengembangan potensi dan perencanaan model atau bentuk promosi. Tahap ke-3 adalah pelatihan dan pembuatan media promosi yang dilakukan dengan melibatkan masyarakat secara aktif.

Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah metode pendampingan dengan melibatkan partisipasi masyarakat secara aktif. Hasil kegiatan adalah merupakan model atau bentuk promosi yang sesuai dengan kondisi saat ini. Untuk lebih jelasnya lihat skema berikut (gambar 2).



Gambar 2: Metode pelaksanaan kegiatan

Sumber : Musyawaroh dkk., 2021

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Identifikasi dan pendokumentasian potensi

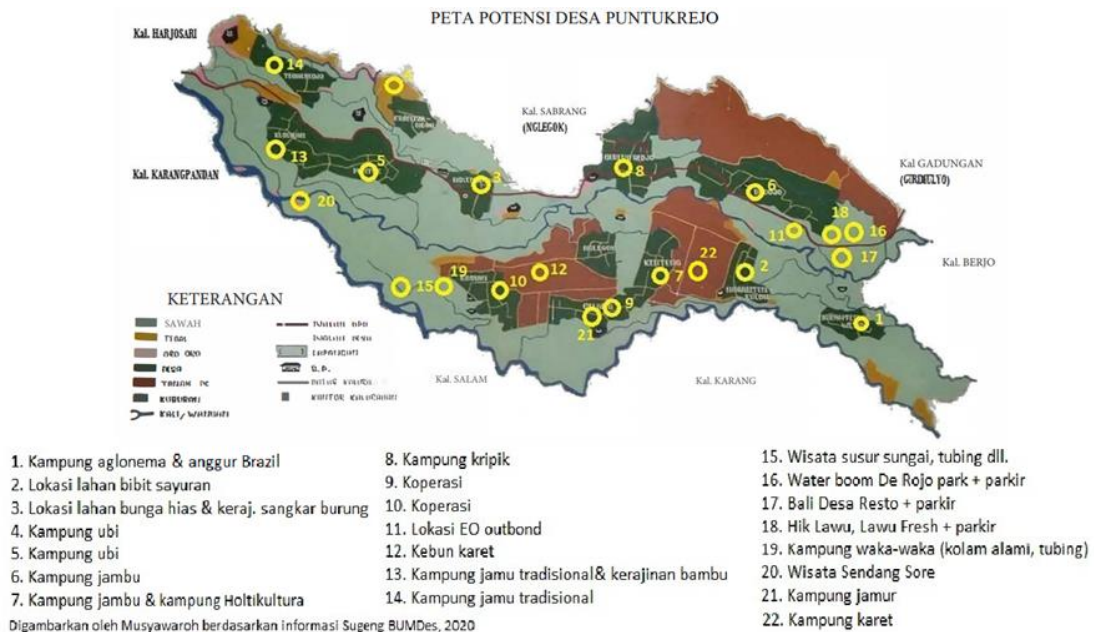
Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya (Musyawaroh dkk., 2020), dan dilanjutkan dengan observasi mendalam tentang kegiatan produksi masyarakat, dapat diidentifikasi potensi-potensi yang dimiliki oleh Desa Puntukrejo sebagai berikut (gambar 3). Dari hasil penelitian, Desa Puntukrejo Kecamatan Ngargoyoso Kabupaten Karanganyar memiliki 22 potensi (lihat gambar 3), antara lain :

- a. Kampung Aglonema & Anggur Brazil, potensi no. 1
- b. Kampung Jambu, potensi no. 6
- c. Kampung Bibit sayuran, potensi no. 2
- d. Kebun Karet, potensi no. 12
- e. Kampung kerajinan bambu, potensi no. 13
- f. Kampung jamu tradisional, potensi no. 14
- g. Wisata Sendang Sore, potensi no. 20
- h. Kampung jamur, potensi no. 21; dan sebagainya.

Dari 22 potensi tersebut, yang sudah tertata dan terpromosikan dengan baik adalah : Kebun Karet (no. 12) dan Kampung Karet (no. 22); Water Boom (no. 16); Bali Desa Resto (no. 17); Lawu Hik dan Lawu Fresh (no. 18). Kebun Karet dan Kampung Karet dikelola oleh PTP, Water Boom dikelola oleh D'Rojo Resto, Bali Desa Resto dikelola sendiri.

Berdasarkan masukan dari Pamong Praja dan tokoh masyarakat, potensi yang diusulkan dan untuk dipromosikan ada 6 yaitu : Kampung Aglonema dan Anggur Brazil (no. 1) di Dukuh Kranten Wetan; Kampung Ubi (no. 5) di Dukuh Puntuk; Kampung Jambu dan Holtikulture (no. 7) di Dukuh

Kenteng; Kampung Jamu Tradisional dan Kerajinan Bambu (no. 13); Kampung Jamur (no. 21) di Dukuh Kenteng).



Gambar 3: Peta potensi Desa Puntukrejo

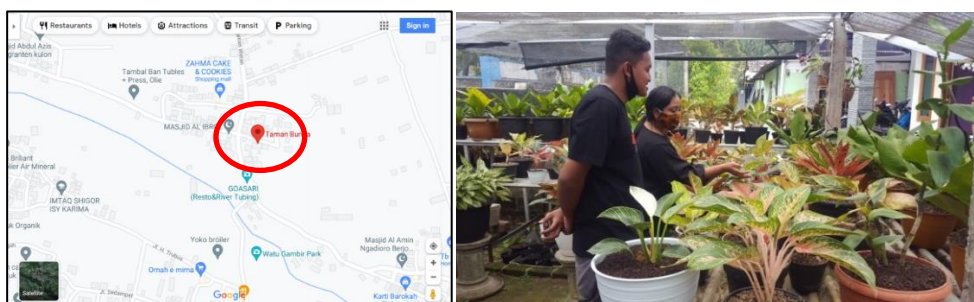
Sumber : Musyawarah, dkk., 2020

B. Memilih potensi dan merencanakan model promosi

Beberapa potensi yang diusulkan untuk dipromosikan di media *online* berdasarkan masukan dari masyarakat, hasil survey lapangan dan wawancara dengan tokoh masyarakat setempat adalah sebagai berikut.

1. Kampung Aglonema

Kampung ini berlokasi di Dukuh Kranten Wetan Kelurahan Puntukrejo dan mulai tumbuh tahun 2018, peta lokasi dan kondisi saat ini bisa dilihat pada gambar berikut. Ketua komunitas Kampung Aglonema ini yaitu Pak Sadiyo, dengan dibantu oleh Mas Wisnu. Sekitar 50 rumah di kampung ini adalah petani Aglonema, 15 diantaranya petani besar dan sisanya berupa komunitas.

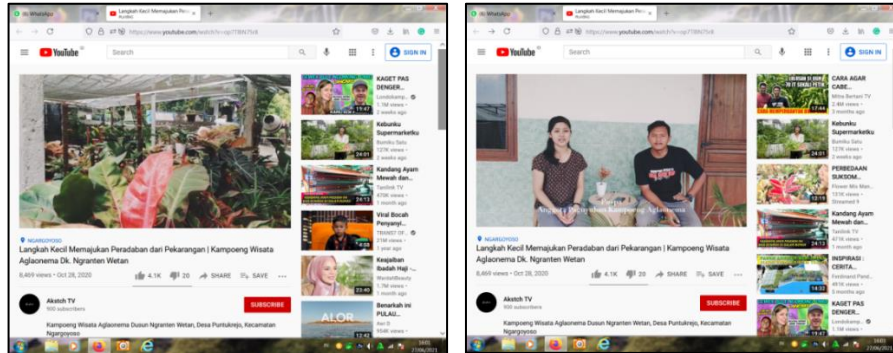


Gambar 4: Lokasi Kampung Aglonema dan Aneka tanaman bunga di Kampung Aglonema

Kampung aglonema belum memiliki akun instagram secara khusus, akun instagram hanya dimiliki oleh masing-masing petani muda (seangkatan Mas Wisnu). Selain itu, para pemilik UMKM muda di dukuh ini juga aktif/rutin mengunggah konten di Youtube yang menginformasikan perkembangan tanamannya untuk dipromosikan.

Informasi terkait pertanian, jual beli dan pemasaran secara umum masih mengikuti akun instagram Studio Tani dengan alamat <https://www.instagram.com/studio.tani/>. Meskipun demikian,

kampung ini telah mengikuti beberapa lomba dan telah mempunyai akun youtube <https://www.youtube.com/watch?v=op7TIBN75r8> (lihat gambar berikut).



Gambar 5: Akun youtube kampung Aglonema
Sumber : Musyawarah, dkk., 2021

Untuk menganalisis kemungkinan pengembangan kampung Agonema ini dapat dilihat pada analisis SWOT sebagai berikut.

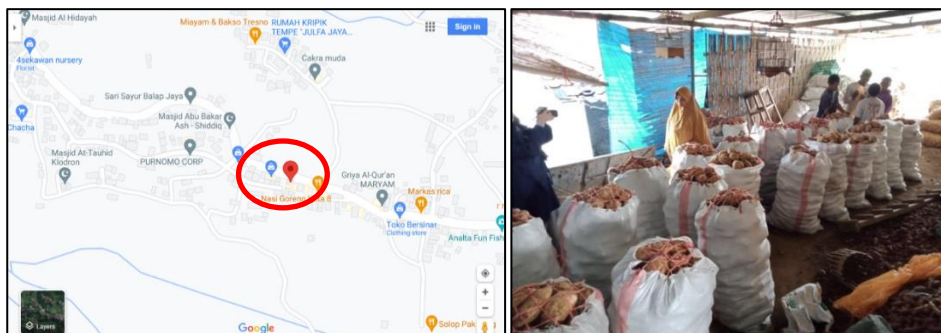
Tabel 1: Analisis SWOT Kampung Aglonema

Strength	Weakness
<ul style="list-style-type: none"> - Terdapat 50an petani aglonema (15 petani besar, sisanya komunitas) - Sudah ada komunitas dan kegiatan rutin - Ada rencana pengembangan (membuat <i>greenhouse</i> bersama) - Sudah ada channel youtube yang pernah digunakan untuk lomba - Sudah cukup terkenal sebagai rujukan tanaman hias - Sudah punya profil kampung aglonema - Terdapat peguyuban 	<ul style="list-style-type: none"> - Masyarakat belum semua faham akan promosi via sosial media (hanya sebagian kecil saja yang sudah faham) - Fasilitas utama belum siap (<i>greenhouse</i> bersama) - Belum memiliki fasilitas pemasaran yang tetap - Belum diurus oleh BumDes/koperasi
Opportunity	Threat
<ul style="list-style-type: none"> - Dukungan eksternal dari Komunitas petani melalui akun istagram Studio Tani, menginformasikan edukasi dan pemasaran - Ada grub komunitas tanaman yang bisa digunakan untuk lelang tanaman (berupa grup WhatsApp dengan pihak luar - Ada event pameran yang bisa digunakan untuk memasarkan produk (lokal/bursa di BUMDes) 	<ul style="list-style-type: none"> - Naik turun tren tanaman hias - Persaingan degan daerah Tawangmangu untuk pasar tanaman hias (Desa Nglurah)

Sumber : Musyawarah, dkk., 2021

2. Kampung Ubi

Kampung ini berlokasi di Dukuh Puntuk Kelurahan Puntukrejo, lokasi kampung ini bisa dilihat pada peta berikut. Kampung ubi mulai dibangun sekitar 40 tahun yang lalu dan kemudian digalakkan promosinya mulai tahun 2009, pelopornya adalah orang tua Mbak Naomi Tyas.



Gambar 6: Lokasi dan Kondisi Kampung Ubi Puntukrejo

Mbak Naomi Tyas (pemilik UMKM Ubi saat ini) telah memiliki akun instagram https://www.instagram.com/oleholeh_ubibakar/ akun ini telah dimanfaatkan untuk mempromosikan usaha yang dimilikinya. Untuk menganalisis kemungkinan pengembangan kampung Ubi dapat dilihat pada analisis SWOT sebagai berikut.

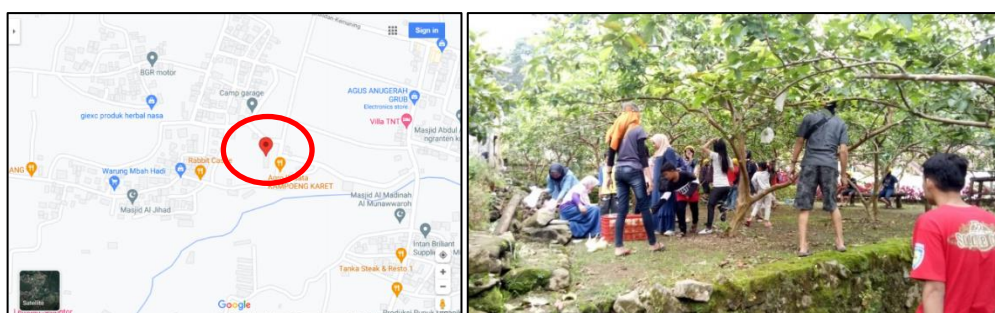
Tabel 2: Analisis SWOT Kampung Ubi

Strength	Weakness
<ul style="list-style-type: none"> ● Kampung Ubi sudah dipromosikan offline dan online, online melalui instagram dengan nama @oleholeh_ubibakar ● Site kampung ubi strategis karena terletak di sisi jalan utama yang biasa dilewati wisatawan ● Usaha UMKM pengepul ubi milik mbak naomi mendapatkan bahan baku dari masyarakat sekitar 	<ul style="list-style-type: none"> ● Produk olahan ubi yang dijual di toko oleh-oleh bukan dari olahan sendiri ● Kampung ubi hanya sebagai pengepul ubi dari petani ubi masyarakat sekitar kemudian didistribusikan ke pabrik-pabrik luar kota untuk diolah menjadi sambal, snack, dan lain-lain. ● Tidak ada value added
Opportunity	Threat
<ul style="list-style-type: none"> ● Kampung ubi sudah dikenal sebagai pengepul ubi dari petani ubi masyarakat sekitar untuk didistribusikan ke beberapa pabrik sehingga memiliki kesempatan untuk memproduksi olahan ubi sendiri lalu dijual sendiri 	<ul style="list-style-type: none"> ● Persaingan dengan produk lain ● Bahan baku ubi mudah rusak

Sumber : Musyawarah, dkk., 2021

3. Kampung Jambu

Kampung ini berlokasi di Dukuh Kenteng Kelurahan Puntukrejo, lokasi kampung ini bisa dilihat pada peta berikut. Dari informasi Ibu Jumilah (tokoh masyarakat kampung ini), kampung Jambu mulai tumbuh sekitar 7 tahun yang lalu dan mulai digalakkan secara intensif tahun 2019.



Gambar 7: Lokasi Kampung Jambu Puntukrejo dan Kampung Jambu sebelum pandemi

Di kampung ini hampir semua pekarangan ditanami Jambu yakni Jambu Kristal dan Jambu Air, sebagian pohon Jambu saat ini sedang diremajakan. Sebelum pandemi Covid-19 kampung ini sering dikunjungi masyarakat luas untuk kunjungan wisata alam, di masa pandemi hanya kunjungan sekelompok kecil (keluarga) yang datang. Untuk menganalisis kemungkinan pengembangan kampung Jambu dapat dilihat pada analisis SWOT sebagai berikut.

Tabel 3: Analisis SWOT Kampung Jambu dan Holtikultura

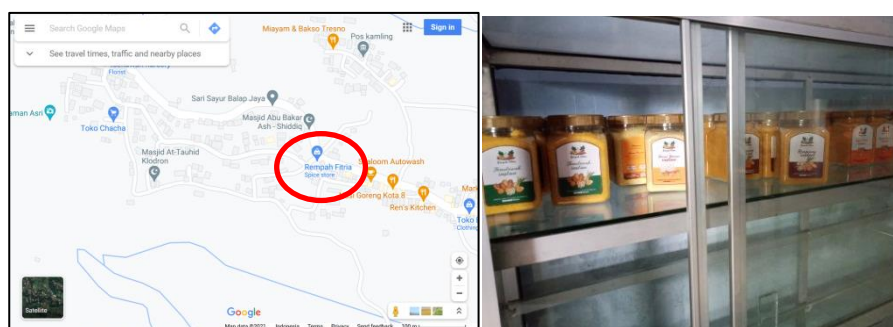
Strength	Weakness
<ul style="list-style-type: none"> - Minat wisatawan terhadap buah-buahan sebagai oleh-oleh khas - Minat wisatawan terhadap bibit dan tanaman dewasa siap tanam - Minat untuk melakukan wisata outbond petik hasil tanam (siswa/i sekolah). Sebelum pandemi dapat kunjungan 5x/minggu, setelah pandemi hanya rombongan kecil (keluarga) - Terdapat kelompok tani ibu-ibu, berkegiatan 1x/bulan membersihkan lahan - Seluruh warga sudah diberikan bibit (daun bawang, tomat, cabe, 	<ul style="list-style-type: none"> - Warga sulit untuk digerakkan dalam program pengembangan apabila hasil tidak terlihat langsung. - Belum ada promosi lewat sosial media atau media online lainnya - Belum memiliki profil kampung

kangkung, jambu), polybag, planter oleh dinas pertanian - Dinas pertanian memberikan dana 50 juta untuk rumah bibit	
Opportunity	Threat
- Kerjasama dengan wisata jeep (KAJEPE) dan kebun karet untuk mampir ke kebun buah tiap paket wisata - Dukungan dana dan SDM dr SMK (rencana sbg tempat praktek) - Dukungan bibit dr dinas pertanian - Dukungan dari lembaga kampus (UGM, UNS, dan Jatim)	- Pandemi Corona, menurunkan jumlah pengunjung - Pandemi corona menyebabkan kegagalan promosi

Sumber : Musyawaroh, dkk., 2021

4. Kampung Jamu

Kampung Jamu ini berlokasi di Dukuh Klodron Kelurahan Puntukrejo, lokasi kampung ini bisa dilihat pada peta berikut. Kampung Jamu mulai dibangun tahun 2020, pemilik salah satu UMKM Jamu adalah Mbak Fitria.



Gambar 8: Lokasi Kampung Jamu Tradisional di Puntukrejo

Mbak Fitria (pemilik usaha jamu) telah memiliki akun instagram <https://www.instagram.com/rempahfitria/> akun ini telah dimanfaatkan untuk mempromosikan usaha yang dimilikinya. Kampung jamu saat ini masih dalam taraf berkembang, semua produk dihasilkan secara manual/konvensional berbahan herbal. Untuk menganalisis kemungkinan pengembangan kampung ini dapat dilihat pada analisis SWOT sebagai berikut.

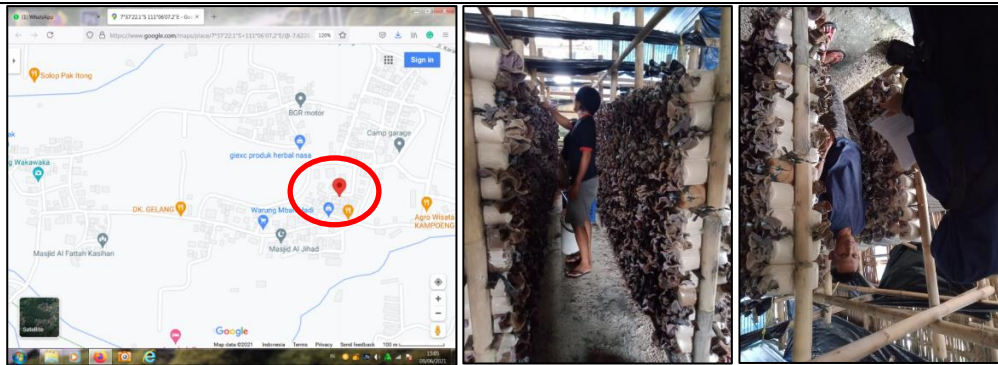
Tabel 4. Analisis SWOT Kampung Jamu

Strength	Weakness
<ul style="list-style-type: none"> ● Produk jamu instan diolah sendiri oleh pengelola Kampung Jamu secara tradisional ● Produk kampung jamu sudah dipromosikan melalui offline dan online, online melalui instagram @rempahfitria ● Site kampung Jamu strategis karena terletak di sisi jalan utama yang biasa dilewati wisatawan 	<ul style="list-style-type: none"> ● produksi jamu masih sedikit karena proses masih manual ● promosi offline hanya masih berupa pemasangan pamflet di depan toko ● pengelola kampung jamu hanya cuma 2 orang satu di bagian produksi satu di bagian promosi. ● sumber pendanaan berasal dari pribadi
Opportunity	Threat
<ul style="list-style-type: none"> ● Produk jamu dibuat secara tradisional sehingga manfaat rempah-rempahnya masih terjaga ● Produk jamu lebih dipasarkan secara online dan sudah banyak peminatnya hingga luar kota 	<ul style="list-style-type: none"> ● produk jamu instan sudah banyak dipasaran dengan hasil produksi cepat

Sumber : Musyawaroh, dkk., 2021

5. Kampung Jamur

Kampung ini berlokasi di Dukuh Kenteng Kelurahan Puntukrejo, lokasi kampung ini bisa dilihat pada peta berikut. Kampung Jamur mulai dibangun tahun 2007, pemiliknya salah satu UMKM Jamur adalah Mas Tommy Adi Kusuma. Di kampung tersebut terdapat sekitar 5 Umbung Jamur.



Gambar 9: Lokasi Kampung Jamur di Puntukrejo

Kampung Jamur belum memiliki akun instagram, jamur dipromosikan/dipasarkan melalui WA dan offline. Untuk menganalisis kemungkinan pengembangan kampung ini dapat dilihat pada analisis SWOT sebagai berikut.

Tabel 5: Analisis SWOT Kampung Jamur

Strength	Weakness
<ul style="list-style-type: none"> • Terdapat 2 petani jamur di kampung tersebut • Semua kebutuhan untuk produksi dibuat sendiri seperti baglog • Waktu panen memakan waktu cepat (25 hari) sehingga nilai produksi tinggi • Hasil produksi dapat diolah menjadi berbagai macam produk • Jamur yang ditanam yaitu jamur kuping 	<ul style="list-style-type: none"> • Masih belum mempunyai wadah promosi online • Hasil produksi didistribusikan ke luar kota karena kampung dan pemilik belum bisa mengolahnya. • Site kampung jamur kurang strategis karena berada di rumah warga dan jalan menuju kesana kurang strategis. • Membutuhkan lahan dan tempat yang cukup lebar untuk tempat alat pembuatan baglog, penyimpanan baglog, dan penanaman jamur dengan media baglog. • Rumah produksi jamur baru terdapat 2 rumah saja.
Opportunity	Threat
<ul style="list-style-type: none"> • Jamur dapat diproduksi sendiri menjadi olahan berbagai produk sehingga dapat menambah khas desa. • Jika dilakukan penyuluhan rumah produksi jamur dapat bertambah lebih banyak. 	<ul style="list-style-type: none"> • Perubahan cuaca karena jamur lebih cepat produksi di lingkungan yang dingin • Ketidaktepatan dan lingkungan yang tidak/kurang higienis untuk pembuat baglog dan pembudidaya jamur membuat jamur tidak berproduksi maksimal

Sumber : Musyawarah, dkk., 2021

C. Memberikan Pelatihan Pembuatan Dan Pengelolaan Website Untuk Menunjang Promosi

Untuk menunjang pelaksanaan promosi agar lebih efektif, diawali dengan pembuatan website dengan menggunakan jasa expert PT. Tebar Digital Kreasi. Website yang dibuat untuk mempromosikan potensi Desa Puntukrejo adalah <https://pesonapuntukrejo.com> Berikut ini foto-foto kegiatan dalam pelatihan pembuatan dan pengelolaan website tersebut.

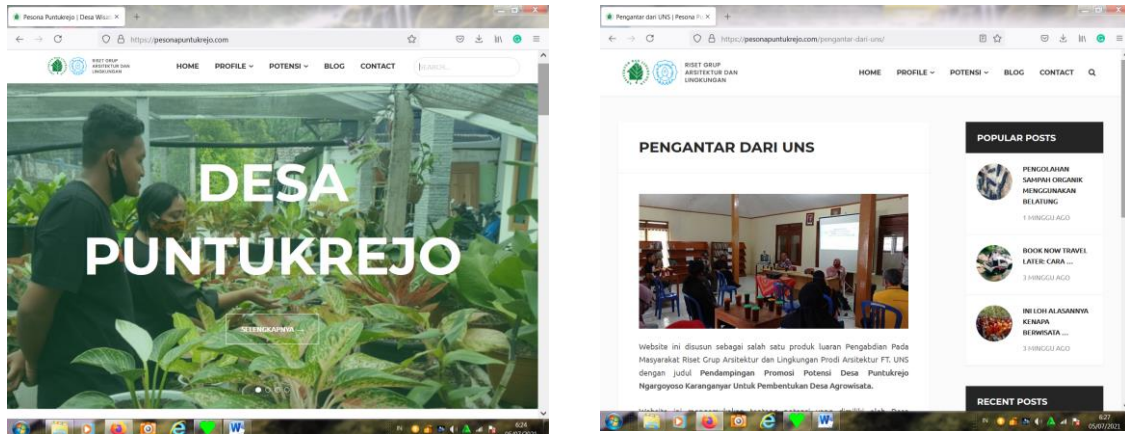


Gambar 10: Pelaksanaan pelatihan, pembuatan, dan pengelolaan website

Kegiatan dan materi pelatihan, pembuatan dan pengelolaan website meliputi hal-hal sebagai berikut.

- 1) Login ke Halaman Administrator
- 2) Mengelola Halaman Home
- 3) Mengelola Halaman Kontak
- 4) Mengelola Halaman Profil Pengantar
- 5) Mengelola Halaman Potensi

Berikut adalah hasil dari pembuatan laman website Desa Agrowisata Puntukrejo, Ngargoyoso Karanganyar <https://pesonapuntukrejo.com>.



Gambar 10: Contoh halaman website Desa Agrowisata Puntukrejo, Ngargoyoso Karanganyar.

Untuk mendukung Website tersebut, kampung yang diusulkan untuk dipromosikan dibuatkan akun instagram agar konten Website tidak berat dan sulit diakses. Akun instagram dari kampung potensial diintegrasikan/dikoneksikan dengan Website. Untuk keberlanjutannya, masyarakat perlu terus mengupayakan perbaikan dan pengunggahan konten secara rutin, sehingga lebih menarik dan lengkap. Disamping itu, peningkatan kualitas produk dan pelayanan juga perlu diupayakan terus menerus agar kepuasan konsumen juga tetap terjaga dengan baik.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian ini dengan tujuan untuk mendampingi masyarakat dalam mempromosikan potensi desa yang merupakan kerja kolaboratif antara dosen, mahasiswa, dan masyarakat setempat. Kegiatan strategi promosi potensi desa dilaksanakan melalui tahapan : 1) identifikasi dan pendokumentasian potensi desa yang diusulkan untuk dipromosikan; 2) merencanakan model atau bentuk promosi; 3) pelatihan pembuatan dan pengelolaan website; 4) pendampingan pengelolaan website.

Untuk memperkuat upaya promosi, dilakukan pelatihan pengelolaan website dengan step sebagai berikut : login ke halaman administrator, mengelola halaman home, mengelola halaman kontak, mengelola halaman profil pengantar, mengelola halaman potensi. Kegiatan pendampingan yang dilakukan di Desa Puntukrejo telah menghasilkan laman website yang cukup representative dengan halaman-halaman web yang sangat menarik dengan alamat <https://pesonapuntukrejo.com>. Selain itu, tim pendamping juga membuat akun instagram bagi kampung/potensi yang belum memilikinya. Akun instagram tersebut dikoneksikan dengan website untuk melengkapinya, agar konten website tidak berat dan sulit diakses oleh masyarakat.

Untuk selanjutnya masyarakat perlu terus mengupayakan perbaikan dan pengunggahan konten secara rutin, sehingga lebih menarik dan lengkap. Disamping itu, peningkatan kualitas produk dan pelayanan juga perlu diupayakan terus menerus agar kepuasan konsumen juga tetap terjaga.

REFERENSI

1. Andini, N. (2013). Pengorganisasian Komunitas Dalam Pengembangan Agrowisata Di Desa Wisata Studi Kasus : Desa Wisata Kembangarum , Kabupaten Sleman. *Jurnal Perencanaan Wilayah Dan Kota*, 24(3), 173–188.
2. Bappeda. (2019). *Peraturan Daerah Kabupaten Karanganyar No. 10 Tahun 2019 tentang RPJMD Tahun 2018-2023*. Indonesia: Pemerintah Kabupaten Karanganyar.
3. Deptan. (2002). Agrowisata meningkatkan pendapatan petani. Retrieved August 1, 2020, from <http://database.pertanian.go.id/agrowisata/viewfitur.asp?id=3>
4. Hadiwijoyo, S.S., 2012, *Perencanaan Pariwisata Perdesaan Berbasis Masyarakat*, Yogyakarta : Graha Ilmu.
5. Kasim, S., Murianto, Satria, C., 2020. Perancangan Media Promosi Desa Sintung Sebagai Desa Wisata, *Jurnal Inovasi Penelitian*, Vol. 1 No. 1 Juni 2020.
6. Kemenpar, 2014. Peraturan Desa Nita Nomor 5 Tahun 2014 Tentang Pengembangan Desa Wisata.
7. Kuncoro, D. (2011). Tujuan Pembangunan Berkelanjutan Yang Perlu diketahi Oleh Pemerintah Daerah. *Buletin Tataruang BKPRN*, 24. <https://doi.org/10.1098/rspa.1926.0034>
8. Musyawaroh, dkk., (2020). Pendampingan Penataan Lahan Bumdes Berbasis Agrowisata Di Desa Puntukrejo Karanganyar, Peletian-HGR, Universitas Sebelas Maret.
9. Musyawaroh, dkk., 2021. Pendampingan Promosi Potensi Desa Puntukrejo Ngargoyoso Karanganyar Untuk Pembentukan Desa Agrowisata, PKM-HGR, Universitas Sebelas Maret.
10. Muzha, V. K., Ribawanto, H., Hadi, M., Publik, J. A., Administrasi, F. I., & Brawijaya, U. (2004). Pengembangan Agrowisata Dengan Pendekatan Community Based Tourism (Studi pada Dinas Pariwisata Kota Batu dan Kusuma Agrowisata Batu). *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, 1(3), 135–141.
11. Paramita, S., 2020. Social Media Utilization for Tourism Development, *Proceedings of the 2nd Tarumanagara International Conference on the Applications of Social Sciences and Humanities (TICASH 2020)*, pp. 469-473.
12. Romadhon, M.I., 2017. Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Potensi Desa, *Jurnal Pengabdian LPPM Untag Surabaya*, Januari 2017, Vol. 02, No. 02, hal 84 – 93
13. Susyanti, D., W., Latianingsih, N., 2014. Potensi Desa Melalui Pariwisata Pedesaan, *Epigram*, Vol. 11 No. 1 April 2014:65-70.
14. Swari, N.L.P.I.P., Suastika, M., & Musyawaroh, M., 2020. Penerapan Arsitektur Organik Pada Perancangan Agrowisata Kakao Di Jembrana, Bali, *Senthong*, Vol 3 No 1, Januari 2020; halaman 302- 313.
15. Widyastuty, A.A.S.A., Rukmana, S.N., Tribhuwaneswari, A.B., 2020. Penguatan Promosi Desa Wisata Berbasis Kearifan Di Desa Pujon Kabupaten Malang, *Penamas Adi Buana*, Volume 04, Nomor 1, 01 Juli 2020 hal. 5-12.