

**PENYULUHAN STRATEGI PEMASARAN DIGITAL AGROWISATA DI
DESA TENGLIK KECAMATAN TAWANGMANGU KABUPATEN
KARANGANYAR**

***DIGITAL MARKETING STRATEGY EXTENTION FOR AGROTOURISM IN
TENGLIK VILLAGE TAWANGMANGU DISTRICT KARANGANYAR REGENCY***

Rahmawati Setiyani^{1*}, Eko Purwanto², Istining Rahmadhani¹

¹Program Studi Agribisnis, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Duta Bangsa Surakarta

²Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Duta Bangsa Surakarta

*Email korespondensi: rahmawati_setiyani@udb.ac.id

Abstract

Tengklík Village is located in Tawangmangu District, Karanganyar Regency. Tengklík Village has a natural landscape in the form of highlands and cold temperatures so that it is suitable for rice fields, plantations and livestock. With this typology, Tengklík Village has the potential for community-based agrotourism. The partner in this community service activity is Tengklík Village. The methods used in this community service activity are (1) discussion of identifying problems faced by partner, (2) counseling on digital marketing strategies for Tengklík Village agrotourism, and (3) evaluation of the implementation of community service activity. Based on the results of the discussion on identifying problem faced by partner, namely the potential for Tengklík Village agrotourism is not been managed properly so that tourist visits are still low. The purpose of this community service activity is to conduct counseling on digital marketing strategies for Tengklík Village agrotourism. Digital marketing strategies for Tengklík Village agrotourism that can be applied include utilizing social media accounts, preparing content in the form of posters, photos, and videos related to agrotourism, and collaborating with influencers who can help promote agrotourism. The results of the evaluation of the community service activity showed that participants were enthusiastic in following each stage of the activity. The implementation of this community service activity is expected to provide new experiences for partner and increase insight that can support the progress of Tengklík Village and improve community welfare.

Keywords: Agrotourism, Tengklík Village, Social Media, Digital Marketing

Abstrak

Desa Tengklík berada di Kecamatan Tawangmangu, Kabupaten Karanganyar. Desa Tengklík memiliki kondisi bentang alam berupa dataran tinggi dan bersuhu dingin sehingga cocok digunakan untuk usaha persawahan, perladangan, perkebunan, dan peternakan. Adanya tipologi tersebut maka Desa Tengklík memiliki potensi agrowisata berbasis masyarakat. Mitra kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) yakni Desa Tengklík. PkM dilakukan dalam tiga tahap kegiatan yang terdiri dari (1) diskusi identifikasi permasalahan yang dihadapi mitra, (2) penyuluhan strategi pemasaran digital agrowisata Desa Tengklík, dan (3) evaluasi pelaksanaan kegiatan PkM. Berdasarkan hasil diskusi, permasalahan Desa Tengklík adalah agrowisata Desa Tengklík belum optimal karena pemasarannya belum dikelola dengan baik sehingga kunjungan wisatawan masih rendah. Tujuan pelaksanaan kegiatan PkM ini adalah untuk mengadakan penyuluhan strategi pemasaran digital agrowisata Desa Tengklík. Strategi pemasaran digital agrowisata Desa Tengklík yang dapat diterapkan antara lain dengan pemanfaatan akun media sosial, menyiapkan konten berupa poster, foto, video terkait agrowisata, dan menjalin kerja sama dengan *influencer* yang dapat membantu mempromosikan agrowisata. Hasil evaluasi kegiatan PkM menunjukkan peserta dapat mengikuti seluruh rangkaian kegiatan. Harapannya hasil PkM dapat memberikan pengalaman baru untuk peserta dan menambah wawasan yang dapat mendukung kemajuan dan kesejahteraan Desa Tengklík.

Kata kunci: Agrowisata, Desa Tengklík, Media Sosial, Pemasaran Digital



CC Attribution-ShareAlike 4.0

Copyright © 2025 Author

Diterima: 17 April 2025; Disetujui: 22 April 2025; Terbit: 24 April 2025

PENDAHULUAN

Kabupaten Karanganyar merupakan salah satu kabupaten di Provinsi Jawa Tengah. Kabupaten Karanganyar memiliki kondisi geografis dan bentang alam yang beragam. Wilayah bagian timur Kabupaten Karanganyar memiliki bentang alam berupa dataran tinggi yang merupakan bagian dari sistem Gunung Lawu. Salah satu desa yang berada di wilayah timur Kabupaten Karanganyar adalah Desa Tengklík. Desa Tengklík yang berlokasi di Kecamatan Tawangmangu memiliki kondisi bentang alam berupa dataran tinggi dan bersuhu dingin sehingga cocok digunakan untuk usaha persawahan, perladangan, perkebunan dan juga peternakan. Adanya tipologi yang dimiliki tersebut, Desa Tengklík juga memiliki potensi agrowisata berbasis masyarakat desa. Berdasarkan hasil identifikasi masalah, agrowisata di Desa Tengklík tersebut masih dapat dioptimalkan.

Agrowisata berbasis masyarakat desa adalah suatu program pariwisata dengan memanfaatkan alam dan budaya serta didukung oleh masyarakat setempat (Suwarsito et al., 2022). Pengembangan potensi agrowisata desa diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat secara berkelanjutan. Masyarakat Desa Tengklík dapat memanfaatkan kebudayaan, sumber daya alam, dan kearifan lokal desa untuk pengembangan hasil pertanian, perkebunan dan peternakan yang berkualitas, seperti produk herbal, produk hortikultura sayuran dan buah-buahan, produk perkebunan teh, dan lain sebagainya.

Daya tarik agrowisata sangat beragam seperti edukasi keindahan alam, kegiatan memetik sayur dan buah, kolam ikan, terapi ikan dan juga rumah makan (Akhadiyahatni et al., 2023). Kawasan agrowisata yang dikelola dengan baik akan dapat menyediakan lapangan kerja dan mendorong peningkatan kesejahteraan masyarakat desa sekaligus menjaga kelestarian alam. Pemasaran agrowisata perlu dilakukan agar lebih dikenal wisatawan dan menjadi destinasi wisata pilihan masyarakat.

Pemasaran adalah suatu usaha memasarkan produk atau jasa kepada konsumen dengan memberikan informasi keunggulan dari produk atau jasa tersebut (Khairunnisa, 2022). Strategi pemasaran dapat diterapkan dengan pendekatan konvensional

seperti promosi langsung, *event offline*, strategi pemasaran digital melalui media sosial, SEO, dan iklan *online* untuk menjangkau pasar yang lebih luas secara efektif. Kemajuan dan inovasi teknologi terus berkembang. Teknologi yang kian berkembang dalam kehidupan menuntut masyarakat untuk mengikuti perkembangan teknologi tersebut (Khairunnisa, 2022). Pemasaran digital merupakan pemasaran yang dilakukan secara digital berbasis teknologi. Pemanfaatan pemasaran digital dapat menambah pendapatan masyarakat maupun perangkat desa (Nurmaleni et al., 2025).

Pemasaran digital dapat diterapkan untuk mempromosikan agrowisata di Desa Tengklík, Kecamatan Tawangmangu, Kabupaten Karanganyar agar semakin dikenal luas. Pemasaran digital agrowisata Desa Tengklík dapat diterapkan melalui berbagai media. Pemerintah, institusi pendidikan, dan masyarakat desa dapat bersinergi sehingga mendukung kemajuan dan kesejahteraan masyarakat desa. Desa Tengklík merupakan mitra dalam pelaksanaan kegiatan PkM ini. Tujuan kegiatan PkM untuk memberikan pengetahuan kepada perangkat desa dan masyarakat desa terkait strategi pemasaran digital agrowisata Desa Tengklík.

METODE

Pelaksanaan kegiatan PkM dimulai bulan Februari 2025 hingga Maret 2025. Kegiatan PkM adalah kegiatan penyuluhan strategi pemasaran digital agrowisata Desa Tengklík. Metode yang digunakan dalam pelaksanaan PkM yaitu:

1. Diskusi untuk mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi mitra, dilakukan melalui diskusi bersama perangkat Desa Tengklík. Identifikasi permasalahan mitra bertujuan untuk mendapatkan informasi kondisi di desa dan menggali permasalahan yang ada di lapangan.
2. Kegiatan kedua yaitu penyuluhan strategi pemasaran digital agrowisata Desa Tengklík dengan cara presentasi kemudian dilanjutkan dengan sesi diskusi. Tujuan kegiatan ini untuk menambah pengalaman dan wawasan peserta terkait strategi pemasaran digital agrowisata Desa Tengklík.
3. Kegiatan terakhir adalah evaluasi kegiatan untuk mengukur keberhasilan pelaksanaan

kegiatan. Tahapan pelaksanaan tersebut disajikan dalam Tabel 1.

Tabel 1. Tahapan Pelaksanaan PkM

No.	Hari, Tanggal	Kegiatan	Tempat
1.	Jum'at, 28 Februari 2025	Diskusi untuk identifikasi permasalahan mitra	Universitas Duta Bangsa Surakarta
2.	Kamis, 13 Maret 2025	Penyuluhan Strategi Pemasaran Digital Agrowisata Desa Tengklik	Universitas Duta Bangsa Surakarta
3.	Kamis, 13 Maret 2025	Evaluasi kegiatan PkM	Universitas Duta Bangsa Surakarta

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan PkM dilaksanakan oleh dosen Universitas Duta Bangsa Surakarta yakni Rahmawati Setiyani, S.Hut., M.Sc dari program studi Agribisnis dan Eko Purwanto, S.Kom., M.Kom., Ph.D. dari program studi Sistem Informasi. Kegiatan PkM juga melibatkan mahasiswa sebagai anggota pelaksana. Kegiatan PkM ini merupakan implementasi kerja sama dalam negeri Universitas Duta Bangsa Surakarta dengan Pemerintah Kabupaten Karanganyar. Gambar 1 menyajikan dokumentasi kegiatan diskusi dengan mitra. Gambar 2 dan 3 menyajikan dokumentasi pelaksanaan penyuluhan strategi pemasaran digital agrowisata Desa Tengklik. Gambar 4 menyajikan penyerahan surat tugas kegiatan PkM dari Tim PkM kepada Perangkat Desa Tengklik. Gambar 5 menyajikan dokumentasi penutupan kegiatan.



Gambar 1. Diskusi untuk identifikasi permasalahan yang dihadapi mitra



Gambar 2. Penyuluhan strategi pemasaran digital agrowisata Desa Tengklik



Gambar 3. Penyuluhan strategi pemasaran digital agrowisata Desa Tengklik



Gambar 4. Penyerahan surat tugas PkM dari Tim PkM kepada Perangkat Desa Tengklik



Gambar 5. Dokumentasi penutupan kegiatan

Agrowisata merupakan sektor yang dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan berpengaruh signifikan pada perekonomian masyarakat (Ratwianingsih et al, 2021). Desa

Tengkluk yang memiliki kondisi bentang alam berupa dataran tinggi dan memiliki suhu udara yang dingin serta tingkat kesuburan tanah yang tinggi memiliki potensi untuk pengembangan sektor agrowisata. Agrowisata merupakan bentuk pariwisata berkelanjutan yang dapat memperluas pengetahuan, pengalaman dan usaha pertanian (Suwarsito et al., 2022). Pengembangan potensi sektor agrowisata sebaiknya didukung dengan kegiatan pemasaran yang sesuai dengan perkembangan teknologi. Strategi pemasaran digital dapat diterapkan untuk membantu mempromosikan agrowisata Desa Tengkluk.

Strategi pemasaran digital yang dapat dilakukan antara lain dengan memanfaatkan media sosial seperti Facebook, Tiktok, Instagram, WhatsApp Business, dan juga website. Media sosial dapat menjadi alternatif cara untuk mengangkat daerah wisata agar semakin dikenal calon wisatawan dalam negeri maupun luar negeri (Sholekhaningtyas et al, 2023). Media sosial ini harus dikelola dengan baik dan konsisten sehingga memberikan informasi yang terkini bagi calon wisatawan. Langkah lainnya yaitu menyiapkan konten yang dapat berupa poster, foto, dan video terkait agrowisata Desa Tengkluk dan beragam fasilitas yang dimiliki agar dapat menarik minat berkunjung masyarakat luas. Perangkat desa dan masyarakat setempat pengelola agrowisata juga dapat menjalin kerja sama dengan *influencer* yang dapat membantu mempromosikan agrowisata Desa Tengkluk. Melalui beragam media pemasaran digital dapat membantu meningkatkan penjualan (Khairunnisa, 2022).

Desa Tengkluk menjadi mitra dalam kegiatan PkM. Adanya pengembangan agrowisata dapat menjadi strategi dalam memberdayakan masyarakat sehingga mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan sebagai pemantik pembangunan infrastruktur desa (Saputra et al, 2018). Kegiatan PkM mendapatkan hasil yang baik. Tahapan akhir dari pelaksanaan kegiatan adalah evaluasi melalui wawancara dan dokumentasi. Peserta PkM memberikan respon positif dari pelaksanaan PkM. Peserta PkM mengikuti setiap tahapan PkM dengan baik. Harapannya kegiatan PkM ini dapat menambah pengalaman dan wawasan bagi peserta serta membawa kemajuan bagi Desa Tengkluk.

KESIMPULAN

Kegiatan PkM penyuluhan strategi pemasaran digital agrowisata Desa Tengkluk dapat memberikan pengalaman dan menambah wawasan peserta tentang penerapan strategi pemasaran digital agrowisata Desa Tengkluk. Peserta dapat memahami strategi pemasaran digital agrowisata Desa Tengkluk yang dapat diterapkan. Pemasaran digital yang dapat diterapkan antara lain dengan memanfaatkan media sosial, menyiapkan konten berupa poster, foto, dan video terkait agrowisata, serta menjalin kerja sama dengan *influencer* yang dapat membantu mempromosikan agrowisata. Pemasaran digital yang dikelola dengan baik dan konsisten diharapkan dapat membantu meningkatkan kunjungan wisatawan sekaligus meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih penulis ucapkan kepada seluruh masyarakat dan perangkat Desa Tengkluk atas kerja sama yang terjalin baik sehingga pelaksanaan kegiatan PkM berjalan lancar dan memberikan hasil yang berdampak positif. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Universitas Duta Bangsa Surakarta atas dukungan yang diberikan sehingga kegiatan PkM dapat terlaksana dengan baik. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu terlaksananya kegiatan PkM.

DAFTAR PUSTAKA

- Akhadyatni, A., & Restu, I. (2023). Perancangan Desain Poster Edukasi Wisata Agro Lembah Kecubung Desa Penanggungan Kecamatan Trawas. *MESTAKA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(6), 309–314.
- Khairunnisa, C. M. (2022). Pemasaran Digital sebagai Strategi Pemasaran : Conceptual Paper. *JAMIN: Jurnal Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis*, 5(1), 98–102.
- Nurmaleni, Chika, R., & Kasman. (2025). Kuliah Kerja Nyata : Diitalisasi Pemasaran UMKM di Desa Tegur Wangi Lama. *MESTAKA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 053–057.
- Ratwianingsih, L., Tri, M., & Johadi (2021).

Analisis Potensi dan Upaya Pengembangan Desa Wisata Alam Kepuhsari Manyaran Wonogiri. *Jurnal Kuat : Keuangan Umum dan Akuntansi Terapan* 3(1), 25–30.

Saputra, G. B., Muksin, & Muspita, M. (2018). Pengembangan Agrowisata di Kecamatan Ledokombo, Kabupaten Jember. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis (JEPA)*, 2(4), 325–331.

Sholekhaningtyas, L. F., & Restu, I. (2023). Membuat Feeds Sosial Media Instagram Sebagai Salah Satu Media Promosi Wisata Agro Lembah Kecubung. *MESTAKA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(6), 315–319.

Suwarsito, Aman S., Astika N., & Ikhsan, M. (2022). Strategi Pengembangan Agrowisata Berbasis Masyarakat di Desa Sambirata, Kecamatan Cilongok, Kabupaten Banyumas. *Sainteks*, 19(2), 231–240.