
JURNAL INOVASI LINTAS DISIPLIN

journal homepage: <https://jurnal.ugm.ac.id/v3/JILD/index>

PELATIHAN PENGELOLAAN WEBSITE DAN *PROFILING* UNTUK PENGEMBANGAN WISATA DI DESA MARGODADI, KEC. SEYEGAN, KAB. SLEMAN, DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

Budiawan^{1*}, Ratna Noviani², Adhani Juniasyaroh Emha³, Kathryn Widhiyanti⁴, Rizky Indra Dewangga⁵, Juliasih⁶, Partini⁷, Fidelis I. Diponegoro⁸

1,2,3,4,5,6,7,8 Program Studi Kajian Budaya dan Media, Sekolah Pascasarjana Universitas Gadjah Mada

* *Corresponding author*

Keywords

*web management
profiling, potentials
tourism development
investor*

Abstract

As a part of a series of community service programs in the village of Margodadi, Subdistrict of Seyegan, Regency of Sleman, Yogyakarta Special Province from July to October 2024, Media and Cultural Studies Program Graduate School of Universitas Gadjah Mada organized various trainings and workshops aimed at developing the tourism potentials of the village. One of the activities is the training on web management, in addition to the profiling of all tourism potentials in Margodadi. The other activity is the training on video making and its editing process and how it should be uploaded in various platforms of social media, as it is written by Ratna Noviani, et.al. This article focusses on the training on web management and the profiling of tourism potentials in Margodadi. The former is somewhat like a "window", through which ones can see and imagine what ones can watch and do in Margodadi. While the latter is a sort of mapping of various tourism potentials in Margodadi, both the ones which have been developed and not developed yet. While the former is concerned with developing the human resources of the actors of the tourism activities, the latter is more like making a 'display' of various tourism potentials in Margodadi which can be used by the authorities of the village in negotiating with the would-be investors. How is the result of the two programs takes time to evaluate.

Pendahuluan

Dalam strategi pembangunan pedesaan Pemerintah Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (Pemprov DIY) dikenal konsep “Desa Mandiri Budaya”. Artinya, desa/kalurahan yang “mahardika, berdaulat, berintegritas, dan inovatif dalam menghidupi dan mengartikulasikan nilai-nilai keistimewaan” (Suparmono, dkk., t.t.: 1). Itulah desa yang didorong untuk menjadi “sentra pertumbuhan”, yang hendak diwujudkan “melalui pendayagunaan segenap kekayaan sumberdaya dan kebudayaan yang dimilikinya. Sekaligus dengan melibatkan partisipasi aktif warga dalam pelaksanaan pembangunan dan pemberdayaan masyarakat untuk mewujudkan kelestarian semesta ciptaan, kesejahteraan, dan ketenteraman warga dalam ke-bhinneka-tunggal-ika-an” (Suparmono, dkk., t.t.: 1).

Dalam pengertian itulah Desa Margodadi, Kec. Seyegan, Kab. Sleman, DIY, bisa disebut “Desa Mandiri Budaya”. Sebab, Desa Margodadi mempunyai “beragam potensi, mulai dari peninggalan cagar budaya Selokan Mataram yang menyimpan nilai sejarah, rumah tradisional, hingga situs Tuk Si Bedug dengan upacara adatnya yaitu Upacara Adat Pamidhangan, Nyadran, Wiwitan, dan Merti Dusun. Tak hanya itu, aktivitas kesenian berupa Ketoprak, Campursari, Karawitan, Wayang Kulit, Wayang Wong, Tari, Organ, Hadroh, Qosidhah, Jathilan, dan Macapat juga turut menyemarakkan Desa Mandiri Budaya tersebut” (Suparmono, dkk., t.t.: 1). Desa Margodadi, yang di dalamnya ada Dusun Grogol yang telah ditetapkan sebagai “Desa Wisata” melalui SK Bupati Sleman No. 56/Kep.KDH/A/2022, memang memiliki banyak potensi wisata, mulai dari alam, situs sejarah, seni-budaya, kuliner, dan sebagainya. Problemnnya adalah belum semua potensi itu digarap dan dikembangkan sebagai daya tarik wisata secara maksimal. Memang Dusun Grogol yang telah ditetapkan sebagai “Desa Wisata” relatif sering dikunjungi wisatawan, baik domestik maupun asing. Dalam tiga bulan rata-rata ada dua puluh kunjungan rombongan wisatawan yang ingin melakukan *outbound*. Mereka adalah para pelajar sekolah dasar, karyawan swasta dan berbagai komunitas (Yulianto, 2018: 467). Akan tetapi kunjungan wisatawan itu belum tersebar ke seluruh wilayah Desa Margodadi. Padahal potensi itu ada di hampir semua dukuh. Kunjungan wisatawan boleh dikatakan masih terkonsentrasi di dusun Grogol dan sekitarnya. Artinya, “kue” ekonomi dari para wisatawan belum tersebar secara relatif merata ke seluruh Desa Margodadi.

Berangkat dari gambaran permasalahan itulah Program Studi Kajian Budaya dan Media Sekolah Pascasarjana Universitas Gadjah Mada (KBM SPs. UGM) melakukan serangkaian kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dari Juli hingga Oktober 2024. Serangkaian kegiatan itu terdiri dari pelatihan pembuatan video berikut editingnya, serta pemanfaatan berbagai platform media sosial untuk promosikan segala potensi yang ada. Kegiatan lain adalah pengelolaan website serta *profiling* potensi-potensi yang ada di seluruh Desa Margodadi. Tujuan utama serangkaian kegiatan itu adalah memetakan segala potensi yang ada sebagai materi dalam bernegosiasi dengan para calon investor yang berminat untuk mengembangkannya, sekaligus mempromosikan spot-spot daya tarik wisata yang sudah digarap. Artikel ini lebih berfokus pada *profiling* dan pelatihan pengelolaan website. Kegiatan-kegiatan yang lain merupakan materi penulisan sub-tim yang berbeda.

Artikel ini ditulis dengan sistematika sebagai berikut. Pertama adalah paparan terkait persiapan rencana PkM di Margodadi. Kedua adalah pelaksanaan PkM-nya itu sendiri, khususnya pelatihan pengelolaan website, di mana akan dipaparkan tahap-tahap dan metode pelaksanaannya. Ketiga, pelaksanaan *profiling*. Keempat adalah penutup.

Persiapan Rencana Kegiatan Pengabdian

Ketika kami, pengelola prodi KBM SPs. UGM, muncul ide untuk melakukan PkM di desa wisata di sekitar kota Jogja, kami segera menghubungi seseorang yang sudah berpengalaman baik dalam pendampingan maupun penjurian lomba desa wisata di level provinsi DIY. Kepada kami meminta pertimbangan tentang lokasi yang cocok untuk rencana PkM prodi kami. Ia memberikan sejumlah pilihan, yang tersebar di tiga kabupaten di DIY. Pilihan yang dia sodorkan itu beragam: mulai dari desa wisata yang relatif sudah jadi dan mapan, desa wisata yang sudah wujud tapi masih perlu banyak dikembangkan, dan desa wisata yang baru mulai dirintis. Kami menjatuhkan pilihan pada desa wisata yang sudah wujud tapi masih perlu banyak dikembangkan; dan itu adalah Desa Margodadi, Kec, Seyegan, Kab. Sleman.

Begitu pilihan kami jatuhkan, kami pun dibantu dihubungkan dengan sejumlah tokoh kunci yang terkait dengan pelaksanaan desa wisata di Margodadi. Terjadilah kontak dan komunikasi melalui WA, yang kemudian diikuti dengan pertemuan tatap muka pada awal Mei 2024. Dalam pertemuan itu kami, pengelola prodi dan sejumlah mahasiswa serta staf prodi KBM SPs. UGM, selain lakukan silaturahmi sekaligus juga menjajaki apa yang bisa kami lakukan dalam PkM di desa tersebut. Tercapailah kesepakatan sejumlah daftar rencana kegiatan yang telah kami sampaikan di atas. Akan tetapi sebelum rencana kegiatan itu kami laksanakan, kami merasa perlu melakukan survai dan pengamatan lingkungan. Survai itu kami lakukan dalam bentuk membeli paket wisata bersepeda menjelajahi seluruh desa Margodadi. Itu kami lakukan pada pertengahan Juli 2024. Kami, sekitar sepuluh orang, pun menjadi tamu yang dengan bersepeda didampingi satu tim pemandu setempat (terdiri dari tiga orang) mengunjungi belasan spot wisata di seluruh desa Margodadi. Spot wisata itu mulai dari rumah pengrajin wayang kulit dan gamelan, tempat *outbound*, tempat budidaya ikan air tawar, tempat pengelolaan sampah, mata air Tuk Siveduk dengan segala narasi yang mengitarinya, rumah kerajinan batik, tempat peternakan ratusan kambing, cerobong asap bekas industri kerajinan batu-bata dan genteng, dan hamparan sawah sembari melihat matahari terbenam. Setelah menjelajahi tempat-tempat itu selama sekitar tiga jam, kami kembali ke rumah yang biasa menjadi titik kumpul para wisatawan di dusun Grogol. Sembari dijamu makanan kecil dan minuman tradisional, kami pun diajak berlatih membuat “wayang suket” – salah satu kegiatan yang ditawarkan kepada wisatawan.

Sebagai penutup rangkaian kegiatan survai dalam bentuk paket wisata pada hari itu kami pun kembali mendiskusikan rencana kegiatan PkM kami kepada salah seorang pengelola desa wisata. Pihak pengelola berjanji akan mengumpulkan sejumlah warga yang memang disiapkan sebagai kader pelaksana desa wisata untuk menjadi peserta dalam serangkaian kegiatan PkM yang kami persiapkan.

Di kampus kami merancang setiap kegiatan dengan sedetail mungkin. Setiap kegiatan, terutama pelatihan dan lokakarya, yang akan kami laksanakan kami simulasikan terlebih dahulu. Sejumlah mahasiswa yang kami tunjuk sebagai fasilitator menyampaikan materi pelatihan di hadapan sejumlah mahasiswa lain yang dipersiapkan sebagai pendamping peserta pelatihan. Forum ini kami sebut “Training of trainers” (ToT). Di setiap akhir ToT kami, pengelola prodi, memberikan sejumlah evaluasi. Prinsip yang kami tekankan adalah bahwa pelatihan harus dilaksanakan seinteraktif mungkin. Peserta jangan diasumsikan sebagai pihak yang sama sekali tidak tahu dan tidak berpengalaman. Sebaliknya, pelatihan harus dimulai dengan menggali apa yang peserta ketahui dan alami. Fasilitator perlu mendorong mereka untuk aktif berbagi pengalaman. Dari situlah fasilitator “masuk” dengan menyampaikan materi yang telah dipersiapkannya sebagai semacam saran perbaikan atas apa yang peserta telah pernah lakukan. Dengan metode seperti itu diharapkan pelatihan akan berjalan efektif.

Pelatihan Pengelolaan *Website*: Tahap-tahap, Metode, dan Materi

Sebagaimana diketahui, *Website* adalah sebuah kumpulan dari halaman *web* yang saling berhubungan dan dapat diakses melalui halaman depan (*homepage*) dengan menggunakan sebuah *browser* dan jaringan internet. *Website* juga dapat berisikan foto, video, data teks, animasi, dan audio yang biasanya dibuat untuk personal, organisasi atau perusahaan (Prayoga, Solihat, Maulin, 2023: 46).

Setelah ditetapkannya undang-undang tentang desa, membangun *website* desa mestinya bukan lagi hal yang terlalu sulit. Sebab, dengan ditentukannya domain *desa.id* yang khusus untuk membuat *website* desa, membangun *website* lebih merupakan perkara teknis. Tidak butuh pendidikan formal tinggi untuk membentuk *skill* membuat *website*. Akan tetapi, pemanfaatan domain ini untuk membangun *website* desa masih jauh dari maksimal. Hanya 3,5% desa di Indonesia yang memiliki *website* (Prayoga, Solihat, Maulin, 2023: 44).

Desa Margodadi sebenarnya adalah termasuk yang 3,5 % itu. Artinya, desa ini sudah memiliki *website*-nya sendiri, yakni: <https://margodadisid.slemankab.go.id/first> Bahkan pengunggahan konten dilakukan secara relatif rutin. Hampir setiap ada kegiatan di desa itu, berita atau laporannya diunggah di *website* desa tersebut. Sebagaimana diketahui, *Website* desa adalah situs yang dibuat dengan tujuan untuk memuat semua informasi tentang desa. Dengan adanya informasi yang lengkap, warga lebih mudah mendapat akses mengenai desa dan tentunya resmi karena bersumber dari desa sendiri. *Website* desa dapat dijadikan sebagai wajah pemerintah desa di dunia digital, khususnya di platform web. Penggunaan *website* desa juga dapat diharapkan sebagai media penyebaran informasi dan pengumuman kepada warga dengan lebih cepat serta dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya (Prayoga, Solihat, Maulin, 2023: 44).

Bertolak dari standar itu, serta menilik unggahan-unggahan di *website*, *website* Desa Margodadi sebenarnya tidak ada masalah. Ia merupakan *website* desa sebagaimana lazimnya. Menjadi bermasalah karena status dusun Grogol yang telah ditetapkan sebagai “desa wisata” kurang mendapat *exposure* di dalam *website* itu. Selain itu, konten-konten yang dimaksudkan untuk promosikan segala daya tarik wisata di seluruh Desa Margodadi, baik yang sudah digarap dan dikembangkan maupun/apalagi yang belum cukup digarap atau dikembangkan, relatif tenggelam di antara konten-konten yang lain. Memang *website* Kantor Dinas Pariwisata Kab. Sleman cukup sering mengunggah konten tentang desa wisata Grogol. Akan tetapi permasalahannya adalah para pemangku kepentingan di seluruh Desa Margodadi tidak ingin berhenti pada dusun Grogol saja, tetapi ingin “menjual” seluruh potensi yang ada di Desa Margodadi. Artinya, tujuan ini merupakan bagian integral dari pembangunan dan pemajuan Desa Margodadi secara keseluruhan. Dengan kata lain, konten-konten yang terkait pengembangan potensi dan promosi wisata tetap harus ada di dalam *website* Desa Margodadi. Cuma, bagaimana membuat konten-konten itu *visible* (kelihatan mencolok). Di sinilah dibutuhkan seni mengelola *website*.

1. Pelaksanaan Pelatihan

Pelatihan pengelolaan *website* diselenggarakan selama setengah hari pada Sabtu, 12 Oktober 2024. Pada awal pelatihan, fasilitator memperlihatkan sejumlah *website* desa yang telah menyandang status sebagai desa wisata. Masing-masing *website* desa ditayangkan selama sekitar dua sampai tiga menit. Jumlah peserta ada delapan orang, yang semuanya berusia sekitar dua puluh tahun, yang memang dipersiapkan menjadi kader pengelola *website* dan berbagai platform media sosial yang digunakan di Desa Margodadi. Para peserta diminta mengamati, memperhatikan dan mencatat – jika perlu – tampilan muka setiap *website* desa. Lalu mereka diminta untuk membandingkan dengan tayangan *website-website* selanjutnya. Kemudian mereka diminta menyampaikan komentar atas tampilan berbagai *website* desa itu.

Pada awalnya tidak ada yang mau berbicara. Kemudian salah seorang mahasiswa yang diposisikan sebagai fasilitator pendamping menyampaikan komentarnya. Ini hanya sebagai pemantik agar para peserta mau berbicara; dan memang betul setelah mahasiswa yang jadi fasilitator pendamping itu berbicara, para peserta pun mulai mau angkat suara.

Mereka bergantian menyampaikan komentar masing-masing atas tampilan *website-website* desa yang ditayangkan fasilitator. Hampir semua komentar relatif seragam: memuji tampilan muka *website-website* tersebut. “Visualisasinya menarik”, kata mereka. “Variatif”, tambah yang lain. Hampir-hampir tidak ada yang berkomentar negatif.

Kemudian setelah itu fasilitator memperlihatkan *website* desa Margodadi. Para peserta diminta mengamati, kemudian membandingkannya dengan *website-website* sebelumnya. Setelah itu mereka diminta menyampaikan pendapat mereka. Sama seperti sebelumnya, tidak ada yang mau mengawali. Lagi-lagi mahasiswa yang menjadi fasilitator pendamping mencoba memancing dengan mengatakan: “menurut saya, tampilan *website* desa Margodadi terlalu ‘rame’”. Fasilitator melemparkan pendapat itu kepada para peserta: “bagaimana menurut mas dan mbak-mbak?”

Salah seorang peserta pun buka suara: “setuju, mas”. Peserta yang lain mengiyakan. Fasilitator bertanya kenapa setuju. Salah seorang peserta mengatakan: “terlalu banyak hal dan macam-macam yang diunggah dalam portal berita”. Dari situ diskusi berkembang ke arah bagaimana sebaiknya konten-konten diunggah, dan apakah setiap kejadian perlu diunggah dalam portal berita, dan sebenarnya konten-konten itu lebih ditujukan kepada siapa; atau siapa yang sebenarnya menjadi target utamanya. Di situlah momen fasilitator mulai menyampaikan materi yang telah dipersiapkannya.

2. Materi Pelatihan

Materi yang disajikan fasilitator meliputi: (a) pengertian desa wisata, (b) beragam platform media sosial dengan karakteristik masing-masing, (c) *website* berikut jangkauan globalnya, (d) *Wordpress*, (e) tema dan desain *website*, (f) plug in. Pada bagian materi tentang *website*, fasilitator memaparkannya cukup rinci. Di bagian ini ia sajikan (a) tahapan pembuatan *website*, yang terdiri dari: (i) perencanaan, (ii) desain, (iii) pengembangan, (iv) konten, (v) pengujian, (vi) peluncuran, dan (vii) pemeliharaan. Masing-masing sub-bagian ini disajikan secara rinci. Agar peserta tidak lekas bosan, fasilitator menyajikan poin-poin itu dengan ilustrasi dari *website-website* yang di awal ia tayangkan. Di situ para peserta langsung melihat contoh, bukan sekadar membayangkan.

Sebagai materi tambahan, fasilitator menyampaikan sejumlah saran, yang ia singkat “ATM”, yakni Amati, Tiru, dan Modifikasi. Amati, maksudnya mengamati suatu fenomena, objek, atau perilaku yang ingin dipelajari. Observasi dapat dilakukan melalui pengamatan langsung, video, atau sumber lainnya. Tujuannya untuk memahami karakteristik dan cara kerja dari objek yang diamati. Sedangkan Tiru, maksudnya adalah meniru apa yang telah diamati. Peniruan ini bisa berupa praktik langsung atau simulasi. Orang berlatih untuk mengaplikasikan apa yang telah dilihat dengan cara yang sama atau mirip. Sementara Modifikasi, maksudnya adalah melakukan perubahan atau penyesuaian terhadap apa yang telah diamati dan ditiru. Modifikasi ini bertujuan untuk mengembangkan kreativitas dan inovasi, sehingga dapat menciptakan sesuatu yang baru atau lebih baik berdasarkan pengamatan dan peniruan yang telah dilakukan.

3. Evaluasi

Untuk mengetahui seberapa jauh para peserta menangkap dan memahami materi yang disampaikan, fasilitator memberi tugas kepada mereka untuk kembali mencermati *website* Desa Margodadi. Dari mengamati itu mereka diminta untuk menyampaikan usulan terkait penataan-ulang konten-konten sedemikian rupa sehingga konten-konten yang terkait dengan

promosi wisata menjadi lebih *visible*, tidak tenggelam di antara beragam konten yang lain. Usulan itu hanya bisa mereka simulasikan, tidak bisa mereka kerjakan karena wewenang pengelolaan konten ada pada admin; dan admin itu adalah pengelola desa wisata (Mumtaz & Karmilah, 2021: 9). Sedangkan para peserta itu adalah anak-anak muda Desa Margodadi yang dipersiapkan sebagai kader pelaksana desa wisata, khususnya yang terkait dengan promosi secara digital. Akan tetapi fasilitator mencatat ide-ide para peserta itu dan akan menyampaikannya kepada pengelola desa wisata.

Bagian berikut terkait dengan program *profiling* Desa Margodadi.

4. *Profiling* Desa Margodadi: Tahap-tahap, Metode, dan Hasil

Kegiatan PkM lain yang dilakukan sub-tim kami adalah membuat profil atau *profiling* Desa Margodadi. Ide ini muncul pada saat kami bertemu dan berdiskusi dengan tokoh-tokoh penggerak desa wisata Margodadi pada awal Mei 2024. Mereka menceritakan potensi-potensi yang ada di seluruh Desa Margodadi. Namun belum semua potensi itu telah digarap dan dikembangkan. Mereka perlu semacam investor, atau yang mereka sebut mitra untuk menggarap dan mengembangkan potensi-potensi tersebut. Untuk itulah mereka membutuhkan profil Desa Margodadi, yang bukan hanya mencakup potensi yang ada, tetapi juga mitigasi bencananya, segala fasilitas yang ada, serta hal-hal lain yang terkait dengan pengembangan aktivitas wisata di desa tersebut.

Pada saat kami melakukan survai dengan cara membeli paket wisata bersepeda menjelajahi Desa Margodadi, sub-tim yang kami tugasi menyusun *profiling* ini turut serta. Mereka menjelajahi sambil mendokumentasikan apa yang mereka lihat dan amati, serta merekam penjelasan pemandu wisata kami, yang notabene warga lokal sekaligus penggerak desa wisata. Kesemuanya ini merupakan data awal untuk menyusun profil Desa Margodadi. Data mereka lengkapi dengan *browsing* di *website* Desa Margodadi. Selain itu mereka juga melakukan wawancara dengan sejumlah tokoh penggerak desa wisata, selain juga mewawancarai sejumlah warga yang mereka temui baik ketika dulu mengikuti paket wisata bersepeda, maupun pada saat turut serta dalam pelatihan-pelatihan.

Data yang mereka kumpulkan itu kemudian didiskusikan di dalam tim PkM Prodi KBM SPs. UGM. Dalam diskusi itu mereka mendapat berbagai masukan. Dari sinilah mereka baru menyusun profil Desa Margodadi.

Hasil sementara *profiling* yang mereka lakukan meliputi: (a) kondisi geografis, (b) kondisi topografis, (c) potensi wisata, yang dibagi kedalam tiga jenis, yaitu (i) agrowisata, (ii) wisata religi, dan (iii) wisata budaya, (d) ancaman bencana: erupsi Gunung Merapi, tanah longsor, banjir lahar dingin, angin kencang, kebakaran, kekeringan, dan gempa bumi, (e) kalender *event* tahunan, (f) fasilitas pendukung, (g) akses transportasi, (h) lahan parkir, (i) paket wisata, (j) akomodasi, dan (k) narasi-narasi lokal terkait situs-situs budaya dan sejarah di Desa Margodadi.

Draft *profiling* itu masih bersifat sementara karena sub-tim kami akan melengkapinya dengan laporan sejumlah *event* kultural yang akan terjadi pada beberapa bulan sesudah PkM kami secara keseluruhan selesai.

Penutup

Kami yakin kegiatan PkM sub-tim kami di Desa Margodadi membawa dampak positif bagi pengembangan wisata di Desa Margodadi. Pelatihan pengelolaan *website* minimal membuka wawasan para peserta tentang bagaimana menata konten yang berorientasi pada audiens yang menjadi sasaran utamanya. Jadi orientasinya lebih pada siapa yang diharapkan akan melihat konten-konten itu, bukan siapa yang ingin dilihat melalui konten-konten tersebut.

Karena yang ingin ditonjolkan adalah konten-konten yang terkait dengan daya tarik wisata di seluruh Desa Margodadi, maka konten-konten yang lain bukan hanya perlu dikurangi tetapi juga disederhanakan. Kami tidak tahu apakah selepas pelatihan *mindset* itu akan berubah, atau kembali ke posisi semula. Kami menyadari bahwa mengubah *mindset* tidak cukup hanya dengan pelatihan sekali dua kali. Perlu edukasi dan pendampingan yang berkelanjutan.

Terkait *profiling*, kami belum tahu apakah profil yang sudah kami susun sesuai dengan yang mereka harapkan. Rencana kami jika profil sudah selesai akan kami tunjukkan kepada mereka, kami mintakan pendapat atau masukan dari mereka terlebih dahulu. Jika tidak ada masukan dari mereka, kami anggap profil yang telah kami susun sudah final. Selibuhnya urusan mereka terkait bagaimana mereka akan menggunakannya dalam bernegosiasi dengan para mitra yang tertarik ingin mengembangkan potensi-potensi wisata di Desa Margodadi.

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih kepada ibu Esthy Handayani selaku salah seorang tokoh penggerak wisata di Desa Margodadi. Beliau bukan hanya memfasilitasi serangkaian kegiatan PkM Prodi KBM SPs. UGM tetapi melalui beliau kami bisa menemui dan mewawancarai tokoh-tokoh lain serta sejumlah warga. Beliau juga yang mengatur segala urusan logistik selama pelatihan-pelatihan berlangsung. Terima kasih juga kami sampaikan kepada pimpinan Sekolah Pascasarjana UGM yang telah mengelola dan mendistribusikan hibah kegiatan PkM ke prodi-prodi.

Konflik Kepentingan

Tidak ada kontradiksi kepentingan baik pada saat kami melakukan kegiatan-kegiatan PkM di Desa Margodadi maupun dalam penulisan artikel-laporan ini.

Daftar Pustaka

- Mumtaz, Ais Tsuraya & Kamilah, Mila (2021), "Digitalisasi Wisata di Desa Wisata", *Jurnal Kajian Ruang*, Vol. 1, No. 1.
- Prayoga, Inggar, Solihat, Manap, dan Maulin, Melly (2023), "Pengelolaan *Website* sebagai Media Informasi dan Promosi Potensi Desa Mandalasari Kecamatan Cikalong Wetan Kabupaten Bandung Barat", *PARAHITA: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, Vol. 4 (2).
- Suparmono, Yuniati, Nining, Pramana, Yunastiawan Eka, Suandana, Edi (t.t), *Penyusunan Kajian Master Plan Desa Mandiri Budaya Desa Margodadi, Seyegan, Sleman, DI. Yogyakarta*, Yogyakarta: Dinas Pemberdayaan Perempuan, Perlindungan Anak dan Pengendalian Penduduk Daerah Istimewa Yogyakarta.
- Yulianto (2018), *Potensi Desa Wisata dalam Menumbuhkan Peluang Wirausaha dan Pengelolaan Lingkungan (Studi Kasus Desa Wisata Grogol Margodadi Seyegan Sleman)*, Program Studi Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Yogyakarta.