Aktivitas PKM berupa Penguatan Desa Wisata dalam Bentuk Pelatihan Pemasaran Digital di Desa Wisata Cemagi

Strengthening Tourism Villages through Community Engagement with Digital Marketing Training in Cemagi Tourism Village

Ni Desak Made Santi Diwyarthi[1*], I Wayan Adi Pratama[2]
[1]Program Studi Pengelolaan Perhotelan, Politeknik Pariwisata Bali, Jl. Dharmawangsa, Benoa, Kec. Kuta Sel., Kabupaten Badung, Bali, 80361 - Indonesia
[2] Program Studi Pengelolaan Konvensi dan Pariwisata, Politeknik Internasional Bali, Jl. Pantai Nyanyi, Beraban, Kec. Kediri, Kabupaten Tabanan, Bali, 82121 - Indonesia
*E-mail corresponding author: santidiwyarthi@yahoo.com.

Received: 29 September 2023; Revised: 09 November 2023; Accepted: 28 Desember 2023

Abstrak. Program pengabdian kepada masyarakat merupakan langkah bijak dalam mengembangkan potensi desa. Pengabdian kepada masyarakat ini berlangsung selama dua hari pada tanggal 21-22 bulan september tahun 2023 di desa wisata cemagi. pengabdian masyarakat berupa pelatihan digital marketing pada 25 pemuda desa. Program pengabdian kepada masyarakat sangat dibutuhkan terkait keberadaan desa wisata Cemagi dalam perkembangan pariwisata global. Program pelatihan terkait digital marketing diselenggarakan selama dua hari, bertempat di balai desa wisata Cemagi. Program pengabdian kepada masyarakat memberikan kontribusi kepada masyarakat melalui penerapan digital marketing menjadi langkah esensial dalam mendukung perkembangan desa wisata dan meningkatkan daya saingnya di era digital saat ini. Dengan menggunakan alat-alat digital yang sesuai dan melibatkan penduduk setempat, desa wisata dapat mengoptimalkan potensi wisatawan, menciptakan pekerjaan lokal, serta mempromosikan dan melestarikan warisan budaya mereka secara global. Oleh karena itu, penggunaan digital marketing merupakan investasi yang sangat bernilai untuk memajukan masa depan desa wisata.Hasil yang diperoleh adalah meningkatnya kemampuan dan ketrampilan yang dimiliki masyarakat desa wisata Cemagi terkait pemasaran digital, terhadap produk industry pariwisata, seperti pondok wisata, paket wisata, dan produk UMKM.

Kata kunci: Desa; masyarakat; pariwisata; pengabdian; wisata.

Abstract. Community engagement programs are a wise step in harnessing the potential of a village. This community engagement program will take place for two days, from September 21st to 22nd, 2023, in the Cemagi tourism village. The community engagement program consists of digital marketing training for 25 young individuals from the village, in two days training program. The community engagement with digital marketing training was needed as global development in tourism village. Contributing to the community through digital marketing is a crucial step in helping rural tourism villages thrive and compete in this digital age. By utilizing the right digital tools and involving local residents, tourism villages can harness the potential of a larger tourist influx, create local job opportunities, and promote their cultural heritage to the world. Therefore, digital marketing represents a highly valuable investment for the future of tourism villages. The result was community competence of Cemagi tourism village in digital marketing, especially in tourism industry product, such as guesthouse, tour packages, and UMKM's product.

Keywords: Community; engagement; strengthening; tourism; villages.

DOI: 10.30653/jppm.v9i1.678

1. PENDAHULUAN

Pengelolaan desa wisata yang berkelanjutan merupakan tantangan dalam mengembangkan desa wisata di era tatanan kebiasaan baru. Desa wisata Cemagi sebagai desa wisata yang baru berkembang, berupaya mengembangkan potensi yang dimiliki secara maksimal, dengan melibatkan berbagai komponen yang ada. Hal ini dilakukan karena suka atau tidak, mau atau tidak, kesiapan desa wisata menuntut kemampuan maksimal, terutama dalam bidang teknologi informasi (Gautama et al., 2020).

Surjono menjelaskan bahwa teknologi informasi memudahkan masyarakat dalam menjalin interaksi dan berkolaborasi untuk mencapai tujuan (Putra & Sutaguna, 2021; Lamopia & Nindya, 2023). Dan hal ini termasuk dengan kemudahan mencapai akses pada berbagai jenis multimedia yang memberi dampak besar bagi berbagai aspek kehidupan sehari-hari umat manusia.

Perkembangan teknologi multimedia yang semakin canggih ini, membuka peluang bagi desa wisata untuk berkembang, mengubah cara untuk belajar dan bekerja, Langkah dalam mengakses informasi, melakukan pemasaran produk wisata, meningkatkan kualitas layanan, berbisnis, dan berbagai aktivitas kehidupan sehari-hari, seperti yang dikemukakan oleh Arifin (Suherlan et al., 2022; Pratama & Ramadhan, 2022). Kemajuan multimedia dalam membuka peluang bagi desa wisata untuk berkembang ini mendorong para dosen berupaya aktif terlibat dalam pengembangan desa wisata, salah satunya melalui program pengabdian kepada masyarakat (Diwyarthi et al., 2023; Dwiyarthi, 2018; Pratama, 2023b).

Desa wisata menghadapi berbagai hambatan dan tantangan terkait dengan digital marketing, meskipun memiliki potensi besar untuk memperluas eksposur mereka dan meningkatkan jumlah pengunjung (Desak & Santi, 2023; Diwyarthi et al., 2022). Berikut adalah beberapa hambatan dan tantangan yang sering dihadapi oleh desa wisata terkait dengan digital marketing, mencakup keterbatasan akses internet, kurangnya sdm berkualitas terkait digital amarketing, kurangnya sumber dana dalam pengoperasionalan digital marketing, tantangan Bahasa yang dikuasai dalam berinteraksi secara global, persaingan bisnis yang semakin ketat, keamanan data, perubahan penggunaan platform media sosial, konsistensi dalam penggunaan konten digital, privasi terhadap penggunaan data, pengukuran kinerja dari penerapan digital marketing (Pratama, 2023a; Hasan et al., 2021).

Keterbatasan Akses Internet: Beberapa desa wisata mungkin masih mengalami masalah keterbatasan akses internet yang dapat menghambat kemampuan mereka untuk mengadopsi digital marketing secara efektif. Koneksi internet yang lambat atau tidak stabil dapat menghambat pengelolaan situs web, media sosial, dan aktivitas online lainnya (Assistant, 2014).

Kurangnya Pengetahuan Digital: Banyak penduduk desa wisata mungkin tidak memiliki pengetahuan atau keterampilan digital yang cukup untuk mengelola kampanye digital marketing. Keterbatasan ini dapat menjadi penghambat dalam mengadopsi strategi digital yang efektif (Hassan & Sharma, 2020).

Kurangnya Sumber Daya Finansial: Pengembangan strategi digital marketing memerlukan sumber daya finansial, seperti pembayaran iklan online, pemeliharaan situs web, dan pelatihan staf. Beberapa desa wisata mungkin kesulitan untuk mengalokasikan anggaran yang memadai untuk ini (Fitriani & Mashudi, 2023).

Tantangan Bahasa: Jika desa wisata memiliki bahasa lokal yang berbeda atau banyak bahasa yang digunakan oleh penduduknya, penerjemahan dan lokalisasi konten digital dapat menjadi tantangan. Mengkomunikasikan pesan dengan benar kepada berbagai kelompok bahasa dapat menjadi rumit.

Persaingan yang Sengit: Persaingan dalam industri pariwisata, termasuk desa wisata, sangat ketat. Menghadapi destinasi wisata lain yang memiliki anggaran pemasaran besar dan akses ke teknologi canggih dapat menjadi hambatan. Keamanan Data: Melindungi data pribadi pengunjung adalah prioritas. Desa wisata harus mengambil langkah-langkah untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan dalam kampanye digital marketing mereka aman dari potensi pelanggaran keamanan.

Perubahan Algoritma dan Platform: Platform media sosial dan mesin pencari sering mengubah algoritma mereka. Ini dapat mempengaruhi visibilitas konten digital desa wisata. Memahami perubahan ini dan beradaptasi dengannya adalah tantangan tersendiri. Pemeliharaan Konten yang Konsisten: Konsistensi dalam memelihara situs web, media sosial, dan konten digital lainnya adalah kunci untuk menjaga minat pengunjung. Tantangan ini mungkin muncul ketika sumber daya manusia terbatas atau tidak konsisten dalam mengelola konten.

Penilaian Kinerja: Mengukur efektivitas pemasaran digital marketing dapat menjadi rumit. Memahami bagaimana data analitik harus diinterpretasikan dan digunakan untuk meningkatkan strategi merupakan tantangan tersendiri. Kekhawatiran Terhadap Privasi: Pengumpulan dan penggunaan data pribadi pengunjung dapat menjadi sensitif. Desa wisata perlu mematuhi regulasi privasi data yang berlaku dan memastikan bahwa penggunaannya sesuai dengan etika bisnis yang baik.

Uraian di atas menggambarkan hambatan dan tantangan desa wisata dalam mengembangkan multimedia bagi pemasaran desanya. Meskipun hambatan dan tantangan ini dapat menghambat kemajuan digital marketing di desa wisata, dengan pendekatan yang tepat, pelatihan, dan dukungan yang sesuai, banyak dari hambatan ini dapat diatasi. Digital marketing masih merupakan alat yang sangat potensial untuk membantu desa wisata meningkatkan visibilitas mereka dan menarik lebih banyak wisatawan.

Program pengabdian kepada masyarakat ini sebagai salah satu implikasi Tri Darma Perguruan Tinggi, bagi masyarakat di sekitarnya, mencerdaskan anggota masyarakat desa wisata, dan membuka peluang meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Desa wisata Cemagi menjadi desa sasaran pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat, dengan alasan desa ini baru ditetapkan oleh pemerintah sebagai desa wisata pada tahun 2019, dan membutuhkan langkah-langkah pelatihan juga pendampingan sebagai desa wisata. Digital marketing dipilih sebagai topik pelatihan pada program pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat oleh dosen Politeknik Pariwisata Bali kali ini.

2. METODE

Metode pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan berbasis masyarakat dengan program pelatihan dan pengembangan yang berkesinambungan *Community based Sustainable Development and Training*. CBST adalah suatu pendekatan yang bertujuan untuk mendorong dan mengembangkan kemampuan masyarakat lokal. Pendekatan ini dengan mengembangkan ketrampilan masyarakat berdasar pada situasi dan kondisi yang mereka miliki, mengutamakan kepentingan mereka, dan sesuai dengan lingkungan yang ada. Pendekatan ini menekankan kolaborasi diantara berbagai komponen yang ada, para tokoh masyarakat, anggota masyarakat, Lembaga Pendidikan dan penelitian yang ada, para pengusaha, pemerintah desa dan pusat, yang mendorong komunitas desa menciptakan perubahan positif bagi desa mereka.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat berlangsung pada tanggal 21-22 September 2023, melalui tahapan sosialisasi, pelatihan dan pendampingan. Pengabdian kepada

masyarakat ini mencakup pula identifikasi SWOT analisis dari situasi dan kondisi yang ada di desa wisata Cemagi, kebutuhan masyarakat, partisipasi masyarakat, pengembangan potensi desa, pembangunan berkelanjutan, kolaborasi dan kemitraan dengan berbagai komponen. Terdapat 25 pemuda desa yang terpilih, mengikuti program pelatihan pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat berlangsung di desa wisata Cemagi pada tanggal dengan penyampaian materi terkait digital marketing. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat berlangsung selama dua hari. Pada hari pertama, disampaikan materi terkait ”Pengenalan dan Pengayaan Pengetahuan tentang Digital Marketing” oleh narasumber, Bapak Ida Bagus Putu Garlika, seorang pakar digital marketing. Narasumber kedua merupakan dosen dari Politeknik Pariwisata Bali, ibu Dr. Putu Diah Sastri, S.ST.Par., M.Par.

Gambar 1. Pengabdian kepada masyarakat 2023
Program Studi Pengelolaan Perhotelan Politeknik Pariwisata Bali
Di Desa Wisata Cemagi, Kabupaten Badung, Bali

Pada hari kedua, masyarakat desa wisata Cemagi langsung menerapkan ilmu yang diperoleh, didampingi oleh bapak Prastha Adyatma, M.Sc., dalam praktek membuat content bagi website desa wisata yang bersangkutan, strategi penyusunan content yang menarik dan berkelanjutan. Content yang dihasilkan juga sebagai upaya melakukan promosi desa wisata, membangun dan mengembangkan image, menjalin komunikasi dengan pihak di luar desa wisata melalui media sosial.

Multimedia dan media digital dapat membantu pemasaran digital bagi desa wisata Cemagi. Digital Marketing dapat membantu pemasaran, melalui Website Desa Wisata: Membuat dan mengelola situs web yang informatif dan menarik adalah langkah awal. Situs web yang ada akan diisi oleh berbagai content berisi informasi tentang daya tarik lokal, akomodasi, restoran, dan aktivitas yang dapat dilakukan wisatawan di desa tersebut.

Gambar 2. Suasana pelatihan pada kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat 2023
Program Studi Pengelolaan Perhotelan Politeknik Pariwisata Bali
Di Desa Wisata Cemagi, Kabupaten Badung, Bali.

Pelatihan yang disampaikan juga mencakup pengelolaan multimedia, pemasaran melalui email, promosi melalui iklan online, dan metode pengukuran serta analisis pemasaran digital yang telah berjalan. Media Sosial: Mengelola akun media sosial desa wisata dapat membantu untuk berkomunikasi dengan wisatawan potensial. Posting gambar, video, dan cerita tentang kehidupan sehari-hari di desa, budaya lokal, dan acara khusus dapat menarik perhatian. Pemasaran Melalui Email: Membangun daftar langganan email adalah cara lain untuk tetap berhubungan dengan pengunjung potensial. Kampanye email dapat digunakan untuk memberikan informasi tentang penawaran khusus, acara, atau berita terbaru tentang desa wisata.

Gambar 3. Suasana pelatihan pada saat kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat 2023
Program Studi Pengelolaan Perhotelan Politeknik Pariwisata Bali
Di Desa Wisata Cemagi, Kabupaten Badung, Bali

Iklan Online: Menggunakan iklan berbayar di platform seperti Google Ads atau media sosial adalah cara cepat untuk meningkatkan eksposur desa wisata. Kampanye iklan yang ditargetkan secara tepat dapat membawa wisatawan yang sangat relevan. Pengukuran dan Analisis: Menggunakan alat analisis web seperti Google Analytics membantu desa wisata memahami perilaku pengunjung di situs web mereka. Ini memungkinkan pengoptimalan konten dan strategi marketing.

Melibatkan Masyarakat Lokal. Pengabdian kepada masyarakat juga mencakup pelatihan dan pendidikan mengenai digital marketing. Dengan memberikan pengetahuan dan keterampilan kepada penduduk desa, mereka dapat berkontribusi dalam pengelolaan dan promosi desa wisata secara online. Ini menciptakan peluang pekerjaan lokal dan memperkuat ikatan komunitas.

Gambar 4. Panitia Pelaksana Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat 2023
Program Studi Pengelolaan Perhotelan Politeknik Pariwisata Bali
Di Desa Wisata Cemagi, Kabupaten Badung, Bali

Program Pengabdian kepada Masyarakat ini memberi dampak positif bagi masyarakat desa wisata Cemagi. Masyarakat semakin menyadari bahwa digital marketing sangat dibutuhkan keberlangsungannya bagi desa wisata. Digital marketing meningkatkan kemandirian dan ketrampilan masyarakat desa wisata Cemagi dalam memasarkan produk wisata desa. Juga menjalin interaksi dengan dunia luar, baik dalam hal pemasaran dan informasi yang ada secara global.

4. SIMPULAN

Pengabdian kepada masyarakat merupakan langkah melakukan pemerataan pembangunan di seluruh Indonesia. Pengabdian kepada masyarakat dilakukan dengan berbagai macam pola, dengan mengembangkan desa wisata yang terdapat di Bali. Salah satu langkah dalam pengembangan desa wisata adalah dengan melakukan penguatan ketrampilan yang dimiliki oleh anggota masyarakat. Pengabdian kepada masyarakat melalui digital marketing adalah langkah penting dalam membantu desa wisata Cemagi berkembang dan bersaing dalam era digital ini. Dengan menggunakan alat-alat digital yang tepat dan melibatkan masyarakat lokal, desa wisata Cemagi dapat memperoleh keuntungan dari potensi wisatawan yang lebih besar, menciptakan lapangan kerja lokal, dan mempromosikan warisan budaya mereka kepada dunia.

Program penguatan desa wisata melalui pelatihan dan pengembangan digital marketing di seda wisata Cemagi memperlihatkan keberhasilan anggota masyarakat. Masyarakat desa wisata Cemagi berhasil menerapkan ketrampilan dalam bidang pemasaran digital, meningkatkan pendapatan dalam bidang homestay, produk industri pariwisata, dan pengembangan paket wisata dari desanya. Hal ini memperlihatkan pemasran digital merupakan investasi yang sangat berharga untuk masa depan desa wisata Cemagi.

REFERENSI

Assistant, S. (2014). *Successful Intelligence and Entrepreneurship*. *3*(3), 100–103.

Budhi, P. G., Yuliawati, A. K., Nurhayati, N. S., Fitriyani, E., & Pratiwi, I. I. (2020). Pengembangan Desa Wisata Melalui Pendekatan Pemberdayaan Masyarakat. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *1*(4), 355–369. https://doi.org/10.31949/jb.v1i4.414

Desak, N., & Santi, M. (2023). *Accommodation Management Perspectives Towards Green Program Implementation at Baturiti District , Tabanan Residence , Bali*. *1*(5), 383–388.

Diwyarthi, N. D. M. S. D., Sukerti, N. N. S, Pratama, I. D. H. & Jata, I. W. (2022). Empowering Employees With Glamping As An Alternative Accommodation In The New Normal Era In Kembang Merta Village, Tabanan Regency, Bali Province. *Community Development Journal*, *6*(2), 48–51. https://doi.org/10.33086/cdj.v6i2.3321

Diwyarthi, N. D. M. S., Pratama, I. W. A., & Eddy, I. W. T. (2023). Tourist Perspective Toward Glamping Accomodation In The Era of Industry 4.0 and Society 5.0. *Jurnal Syntax Transformation*, *4*(1), 59–76. https://doi.org/10.46799/jst.v4i1.672

Dwiyarthi, N. D. M. S. (2018). Implementasi Peraturan Ketenagakerjaan pada Hotel Berbintang di Bali. *Pariwisata Budaya: Jurnal Ilmiah Agama Dan Budaya*, *3*(2), 42. https://doi.org/10.25078/pba.v3i2.598

Fitriani, R., & Mashudi, M. (2023). Implementasi Manajemen Kewirausahaan pada Usaha yang Dimiliki Generasi Z di Era Digitalisasi (Studi Kasus : Dani Orchids). *Pekobis : Jurnal Pendidikan, Ekonomi, Dan Bisnis*, *8*(1), 1. https://doi.org/10.32493/pekobis.v8i1.p1-14.29757

Hasan, M., Shofa, N., Thaief, I., Ahmad, M. I. S., & Tahir, T. (2021). Bagaimana Pengetahuan Kewirausahaan Mempengaruhi Minat Berwirausaha Generasi Z melalui Efikasi Diri? *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, *9*(2), 300. https://doi.org/10.23887/ekuitas.v9i2.36975

Hassan, A., & Sharma, A. (2020). The Emerald Handbook of ICT in Tourism and Hospitality. *The Emerald Handbook of ICT in Tourism and Hospitality*, 1–522. https://doi.org/10.1108/9781839826887

Lamopia, I. W. G., & Nindya, A. P. A. (2023). Pengembangan Model Baru Pariwisata Bali Berbasis. *Analisa Sosiologi*, *12*(1), 93–110.

Pratama, I. W. A. (2023a). Pelatihan Digital Marketing Untuk Pemasaran Desa Wisata di Kepulauan Wakatobi. *Jurnal Masyarakat Madani Indonesia*, *2*(1), 27–32. https://doi.org/10.59025/js.v2i1.60

Pratama, I. W. A. (2023b). Pelatihan Strategi Pemasaran Produk Umkm Kube Saraswati Sebagai Sarana Pemberdayaan Masyarakat Di Desa Wisata Jatiluwih, Tabanan-Bali. *Bina Cipta*, *2*(1), 1–10. https://doi.org/10.46837/binacipta.v2i1.12

Pratama, I. W. A., & Ramadhan, I. (2022). Studi Netnografi: Dimensi Kepuasan Wisatawan Nusantara Terhadap Homestay di Ubud. *Jurnal Ilmiah Hospitality Management*, *13*(1), 26–33. https://doi.org/10.22334/jihm.v13i1.216

Putra, A. M., & Sutaguna, I. N. (2021). Persepsi Masyarakat Terhadap Dikembangkannya Desa Bongan Sebagai Desa Wisata Di Kabupaten Tabanan. *Jurnal Analisis Pariwisata ISSN*, *18*(1), 34–38. https://ojs.unud.ac.id/index.php/jap/article/download/75811/40462

Suherlan, H., Adriani, Y., Pah, D., Fauziyyah, I., Evangelin, B., Wibowo, L., Hanafi, M., & Rahmatika, C. (2022). Keterlibatan Masyarakat dalam Mendukung Program Desa Wisata. *Barista : Jurnal Kajian Bahasa Dan Pariwisata*, *9*(01), 99–111. https://doi.org/10.34013/barista.v9i01.623