

PELATIHAN DIGITAL MARKETING DI WILAYAH KECAMATAN CIMACAN KABUPATEN CIANJUR JAWA BARAT UNTUK MEWUJUDKAN DESA WISATA DIGITAL

Ahmad Fathurrozi¹, R.Wisnu Prio Pamungkas², Priska Kristyawan³, Porwo Tjahyoko⁴
^{1,2,3,4}Informatika, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

fathur@dsn.ubharajaya.ac.id

Diterima: 12 Oktober 2022

Direvisi: 5 November 2022

Dipublikasikan: 10 November 2022

Abstrak

Pariwisata merupakan salah satu bagian yang begitu sangat penting bagi suatu negara. Dengan terdapatnya pariwisata, suatu negara atau daerah tempat objek wisata tersebut dapat memberi pemasukan secara khusus atau pendapatan untuk daerah tersebut. Pariwisata dinyatakan sebagai pengaruh yang kuat dalam perkembangan wilayah maupun daerah sekitar obyek wisata. Pariwisata Indonesia diharapkan dapat berperan sebagai penentu dan katalisator pengembangan pembangunan wilayah secara bertahap, Oleh sebab itu sektor pariwisata Indonesia dijadikan sorotan. Industri pariwisata di Indonesia wajib mendapat atensi secara khusus oleh pemerintah baik pusat maupun daerah dalam pengembangan pariwisatanya.

Nama Desa Cimacan merupakan salah satu nama desa yang berada di Kecamatan cipanas Kabupaten Cianjur Provinsi Jawa Barat, mempunyai luas wilayah 636 hektar pada tahun 2021. Secara geografis Desa Cimacan terletak sebelah utara dari desa ciloto, sebelah Timur Desa Palasari, sebelah selatan Desa Sindanglaya dan sebelah Barat dari Desa Gede Pangrango Sukabumi serta Desa Tugu Selatan Bogor. Jumlah kepala keluarga di Desa Cimacan terdapat 5950 dengan total jumlah penduduknya 19770 Jiwa.

Permasalahan utama desa cimacan dalam bidang sektor pariwisata adalah: (1) Kondisi saat ini belum adanya channel sosial media yang mempromosikan secara gencar terhadap fasilitas wisata desa, (2) Belum adanya petugas khusus yang kompeten dalam membuat konten digital marketing sebagai usaha untuk promosi wisata desa digital, (3) Pembuatan konten multimedia yang menarik perhatian di channel sosial media sehingga bisa meningkatkan pengunjung serta untuk promosi yang lebih luas di internet. Untuk itu di usulkan pelatihan yang menunjang kegiatan promosi pariwisata desa digital. Metode yang dilakukan dalam pengabdian kepada masyarakat ini adalah dengan 3 tahap yaitu persiapan, pelaksanaan dan Evaluasi. Output dari PKM ini menghasilkan tenaga digital marketing untuk mendukung kegiatan pariwisata desa.

Kata Kunci: *Digital Marketing, Desa Cimacan; Desa Wisata Digital; Sosial Media, Konten Multimedia.*

Abstract

Tourism is one of the most important parts of a country. With the existence of tourism, a country or area where the tourist attraction can provide special income or income for the area. Tourism is stated as a strong influence in the development of the region and the area around tourism objects. Indonesian tourism is expected to play a role as a determinant and catalyst for the gradual development of regional development. Therefore, the Indonesian tourism sector is in the spotlight. The tourism industry in Indonesia must receive special attention from the central and regional governments in developing its tourism.

The name Cimacan Village is one of the names of villages located in Cipanas District, Cianjur Regency, West Java Province, has an area of 636 hectares in 2021. Geographically, Cimacan Village is located north of Ciloto village, east of Palasari Village, south of Sindanglaya Village and West of Gede Pangrango Village, Sukabumi and South Tugu Village, Bogor. There are 5950 families in Cimacan Village with a total population of 19770 people.

The main problems of Cimacan village in the tourism sector are: (1) The current condition is that there are no social media channels that promote vigorously for village tourism facilities, (2) There are no special officers who are competent in creating digital marketing content as an effort to promote village tourism. digital, (3) Creating attention-grabbing multimedia content on social media channels so that it can increase visitors and for wider promotion on the internet. For this reason, training is proposed to support digital village tourism promotion activities. The method used in this community service is in 3 stages, namely preparation, implementation and evaluation. The output of this PKM produces digital marketing personnel to support village tourism activities.

Keywords: *Digital Marketing, Cimacan Village; Digital Tourism Village; Social Media, Multimedia Content.*

PENDAHULUAN

Di Jawa Barat, program desa digital telah dibuat sejak tahun 2019. Program ini dibuat dengan tujuan untuk memberdayakan dan meningkatkan taraf hidup masyarakat pedesaan melalui literasi digital, Internet of Things (IoT), dan berbagai inovasi digital. Menurut Gubernur Jawa Barat, keberadaan program desa digital tidak hanya mencakup WiFi tetapi juga dapat mengubah cara berdagang, berkomunikasi, memetakan potensi, dan mempromosikan wisata desa melalui ekosistem digital.

Potensi indah pemandangan alam serta sejuknya udara pegunungan merupakan sebuah potensi dari Desa Cimacan yang merupakan salah satu desa yang berada di Kecamatan cipanas Kabupaten Cianjur Provinsi Jawa Barat, mempunyai luas wilayah 636 hektar pada tahun 2021. Secara geografis Desa Cimacan terletak sebelah utara dari desa ciloto, sebelah Timur Desa Palasari, sebelah selatan Desa Sindang Laya dan sebelah Barat dari Desa Gede Pangrango Sukabumi serta Desa Tugu Selatan Bogor. Jumlah kepala keluarga di Desa Cimacan terdapat 5950 dengan total jumlah penduduknya 19770 Jiwa.

Potensi yang bagus ini tanpa adanya promosi yang secara baik dan gencar dilakukan akan sangat tidak maksimal sehingga kurang dalam mencapai tujuan wisata desa digital. Pengelolaan kegiatan pariwisata tentunya sangat dibutuhkan dalam upaya untuk menahan para wisatawan agar tinggal lebih lama di tempat tujuan wisata serta bagaimana wisatawan agar dapat membelanjakan uangnya sebanyak- banyaknya selama berwisata. semakin lama para wisatawan berada di tempat wisata maka akan menambah pengeluaran mereka, sehingga dapat memmbangkitkan perusahaan jasa transportasi, akomodasi, hiburan, oleh-oleh ciri khas daerah dan jasa yang lainnya. Oleh sebab itu pengelolaan dan pemanfaatan potensi pariwisata yang dimiliki oleh daerah juga dikelola oleh tiap-tiap daerah.

Adapun permasalahan yang ada di Desa Cimacan Kecamatan Cipanas Kabupaten Cianjur ini berkaitan dengan Desa Wisata Digital , antara lain

1. Kurangnya promosi wisata yang secara gencar dilakukan sehingga menyebabkan tidak terkenalnya daerah wisata cimacan
2. Belum adanya platform digital channel sosial media yang resmi dan dikelola oleh Desa, sehingga informasi yang menarik tentang desa belum banyak yang mengetahui.
3. Kurangnya konten yang dibuat untuk pemasaran digital marketing terkait wisata desa digital.

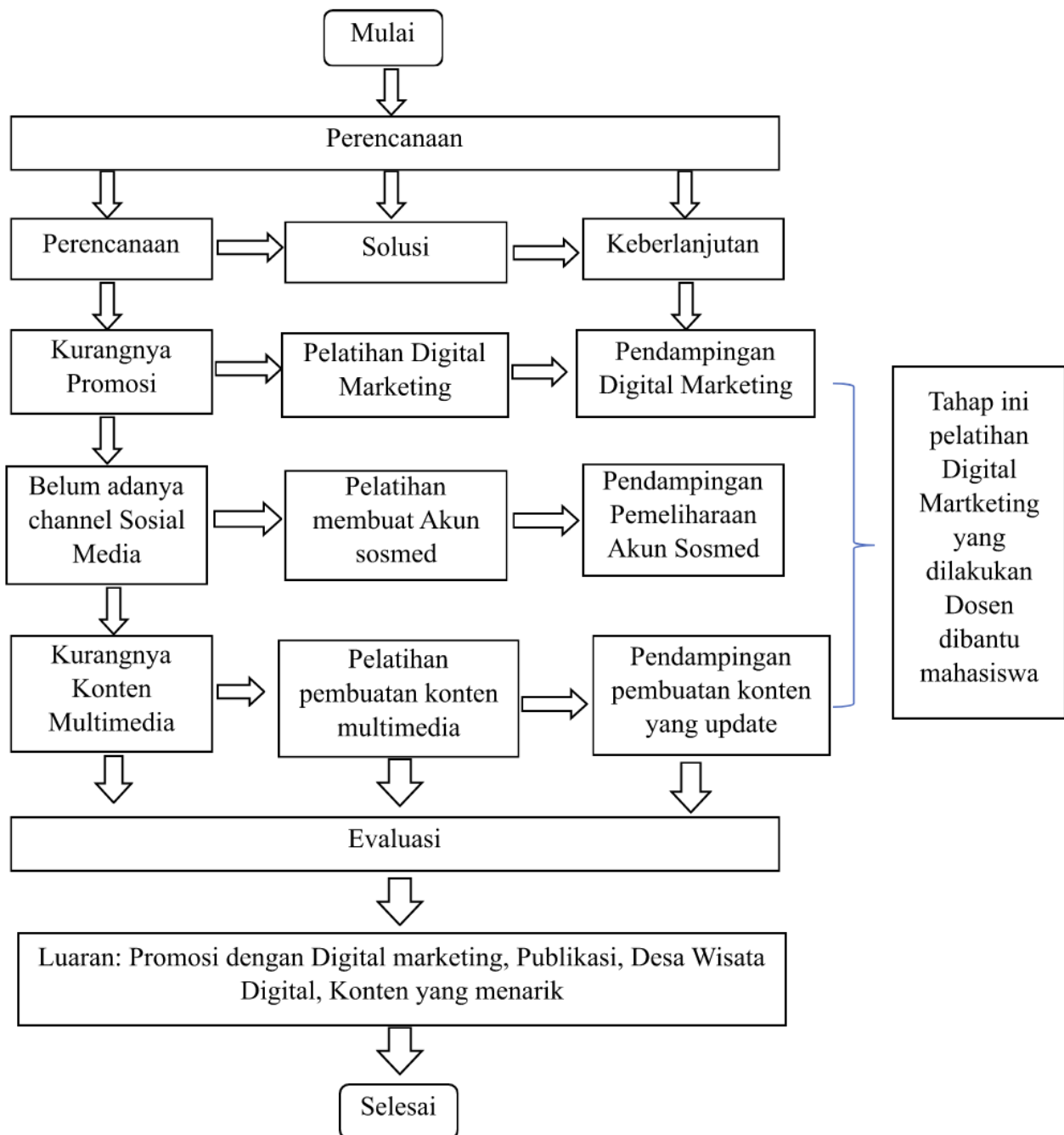
Tujuan dalam PKM ini adalah melakukan pengabdian kepada masyarakat berdasarkan indikator kinerja utama Hasil berdasarkan IKU Nomor 3 (tiga) Dosen Berkegiatan di Luar Kampus dengan capaian Kerja dengan capaian dosen melakukan Tri Dharma dalam hal ini adalah pengelolaan digital marketing untuk membantu para stakeholder desa dalam mempromosikan desa wisata digital, disamping itu pengabdian kepada masyarakat ini mendukung mahasiswa untuk kegiatan program merdeka belajar kampus merdeka pada IKU nomor 2 (dua) adalah Mahasiswa Mendapat Pengalaman di Luar Kampus dengan capaian mendapat 20 sks dalam kegiatan merdeka belajar dengan membantu dalam pembuatan dan pelatihan konten multimedia yang akan ditayangkan dalam channel resmi media sosial desa cimacan. Hasil dari pengabdian masyarakat ini adalah berdasarkan Indikator kinerja Utama Nomor 5 (lima) Hasil Kerja Dosen Digunakan Oleh Masyarakat Atau Mendapat Rekognisi Internasional dalam capaian ini luaran Kriteria luaran ilmiah yang terindeks global.

Tabel 1. Perbandingan Sebelum Dan Setelah Kegiatan

Sebelum Kegiatan	Setelah Kegiatan
Pihak mitra belum memahami tentang <i>digital marketing</i> .	Mitra memahami tentang <i>digital marketing</i> .
Pihak mitra belum mengetahui tentang <i>platform social media</i> yang dapat digunakan untuk kegiatan pemasaran secara digital..	Pihak mitra mengetahui tentang <i>platform social media</i> yang digunakan sebagai sarana pemasaran wisata desa digital.
Pihak mitra perlu mengoptimalkan penggunaan <i>channel dan platform social media</i> baik dengan handphone ataupun dengan perangkat komputer yang digunakan untuk kegiatan pemasaran.	Pihak mitra memanfaatkan <i>smartphone</i> dalam kegiatan pemasaran melalui <i>channel dan platform social media</i>

METODE

Metode pelaksanaan dari pengabdian ini terdapat tiga tahap antara lain; Planning, Pelaksanaan dan Evaluasi. Tahap pertama adalah Identifikasi permasalahan dilakukan melalui pertemuan langsung dengan aparatur desa dilanjutkan dengan observasi ke lapangan. Hasil identifikasi permasalahan yang telah diperoleh adalah: (1) belum ada akun channel sosial media yang resmi dikelola oleh desa; (2) belum adanya kegiatan digital marketing untuk memasarkan desa wisata digital desa cimacan dengan kontinyu dan masif ; (3) belum adanya konten multimedia yang menarik dan selalu update terhadap fasilitas desa wisata digital di desa cimacan. Gambar kegiatan PKM dapat dilihat pada gambar dengan diagram dibawah ini.



Gambar 1. Metode Pelaksanaan

Dari gambar 1 maka tahapan pelaksanaan training pelatihan dengan kolaborasi antara Dosen sebagai pemateri dan Mahasiswa sebagai Asisten pemateri yang membimbing peserta pelatihan, kegiatan pelatihan sebagai berikut:

1. Kegiatan pelatihan digital marketing menjadi syarat agar para pemangku kepentingan di desa cimancah bisa sadar akan peran promosi digital yang harus dilakukan, Tim Dosen akan memberikan materi tentang Digital Marketing dan Mahasiswa menjadi asisten dalam pelaksanaan pelatihan ini.
2. Pada pembuatan akun sosial media, maka perangkat desa yang ditunjuk sebagai admin akan di berikan pelatihan bagaimana membuat akun sosial media, cara pengelolaan yang baik

serta jadwal pemberitaan atau posting terhadap seluruh kegiatan yang terkait dengan pariwisata di desa cimacan..

3. Pelatihan pembuatan konten multimedia yang menarik tanpa harus berbekal keterampilan khusus karena dalam tool aplikasi multimedia ini sangatlah mudah untuk digunakan terlebih bisa diakses secara online baik dengan perangkat komputer/laptop ataupun handphone, aksesnya pada halaman <https://www.canva.com>.

Pada Tahap Evaluasi kegiatan dilakukan untuk masing-masing tahap dengan mengumpulkan dan menyimpulkan informasi dari masing-masing tahapan kegiatan. Setelah evaluasi, dilanjutkan implementasi pelaksanaan kegiatan dengan membuat langsung konten multimedia dan postingan di akun sosmed.

A. Pelaksanaan

Pengabdian ini merupakan bagian dari pengabdian pengembangan desa mitra yang merupakan Desa Binaan dari fakultas Ilmu Komputer, fokus pengabdian dilakukan adalah peningkatan pihak terkait yang berhubungan dengan kegiatan marketing pariwisata desa cimacan. Tabel 1, adalah kegiatan yang dilakukan dalam digital marketing di desa Cimacan.

Tabel 2. Pelaksanaan Kegiatan

No	Waktu Kegiatan	Uraian Kegiatan	Hasil
1	2/5/2022	Menginisiasi awal pengumpulan data dengan diskusi untuk mendapatkan informasi kondisi situasi mitra	Menyetujui untuk merancang kegiatan pelatihan digital marketing di desa cimacan
2	14/5/2022 sampai 02/07/2022	Merancang Program Materi Isi dari materi pelatihan	Berhasil di buat/diselesaikan
3	20/6/2022	Melakukan perjanjian dan komitmen dengan perangkat desa untuk pelatihan	Aparatur desa telah menyetujui pelaksanaan pelatihan digital marketing sesuai dengan tanggalnya
4	16/6/2022	Pelatihan Digital Marketing di Desa Cimacan	Admin dan aparatur dapat melakukan adminitrasi
5	30/6/2022	Kunjungan dan Sosialisasi kepada pihak terkait di Desa Cimacan	Evaluasi dan laporan kegiatan pelatihan

B. Materi Pengabdian

1. Presentasi Digital Marketing

Dokumen presentasi Digital Marketing dapat di lihat secara online pada halaman berikut :

<https://docs.google.com/presentation/d/11KBNZoHhaJuLSnUh-YKnmhvb2bEl1mTb/edit?usp=sharing&oid=109392385105233232692&rtpof=true&sd=true>

2. Sosialisasi dan Pelatihan

Pelatihan dihadiri oleh pihak pemangku kepentingan di lingkungan desa cimacan seperti aparat desa, anggota Karangtaruna Desa dan UMKM Desa, Lembaga Pembedayaan Masyarakat, total 9 personal yang mewakili, saat pelatihan dengan membawa Smartphone dan Laptop untuk pelatihannya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan Digital Marketing

Pelatihan Digital Marketing yang dilakukan pada Tanggal 16 Juni 2022 dilakukan pada Aula Desa Cimacan . Gambar saat kegiatan dalam sosialisasi dan pelatihan. Gambar a adalah pembukaan pelaksanaan pelatihan dan sosialisasi dengan dihadiri staff administrasi desa, gambar b. banner dan presentasi awal kegiatan, c adalah dosen dalam pemaparan pelatihan dan sosialisasi, gambar d meninjau lokasi wisata bersama kepala desa cimacan.



Gambar 2. Dokumentasi Pelatihan

SIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Mitra dalam kegiatan pengabdian masyarakat adalah aparat desa, UMKM Desa, serta masyarakat. Kegiatan ini dilaksanakan untuk memberikan pelatihan kepada para peserta untuk mengoptimalkan penggunaan smartphone dan Komputer untuk dimanfaatkan sebagai media pemasaran digital. Pelaksanaannya dilakukan secara offline di kantor desa Cimacan.. Sebelum melakukan pelatihan kegiatan yang dilakukan yaitu melakukan koordinasi antar tim dan koordinasi dengan pihak desa. Kemudian dilanjutkan dengan pelaksanaan pelatihan materi pelatihan terlampir. Dan tahap akhir dilakukan evaluasi dan hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa peserta dari kegiatan pelatihan bermanfaat dan sangat menarik untuk diikuti oleh para peserta terhadap kegiatan pelatihan yang telah dilakukan.

B. Saran

Saran dari kegiatan abdimas dengan pihak mitra diharapkan menunjuk bagian yang khusus menangani digital marketing terkait wisata desa, sehingga fokus untuk berkampanye dan mengaktifkan kegiatan digital marketingnya. Diharapkan mitra/desa selalu menjalin hubungan dengan pihak kampus yang berkesinambungan pada setiap semester untuk mencapai target-target kegiatan marketing.. Selain itu diharapkan kegiatan juga dapat dilakukan tidak hanya bagi pihak aparat desa, UMKM atau lembaga swadaya masyarakat namun juga dapat dilakukan dengan peserta yang terbuka untuk seluruh warga yang peduli terhadap masa depan desa terkait desa wisata digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Jabar Digital Service Team. 2019. "Optimizing the Potential of West Java Villages Through the Digital Village Program". [Online]. Available:<https://opendata.jabarprov.go.id/id/infografik/optimalisasi-potensi-desa-jawa-barat-lewat-program-desa-digital>.
- Bagus Putu Wahyu Nirmala, Nengah Widya Utami dan A.A Istri Ita Paramitha, "Digitalisasi Desa dan Potensi Wisata Di Desa Kerta, Kabupaten Gianyar Menuju Pariwisata 4.0", Volume 4 Nomor 3 Desember 2020 halaman 350 , LPPM Universitas Jambi, Available: <https://online-journal.unja.ac.id/JKAM/article/download/11273/10283/31643>.
- Sri Herwindya Baskara Wijaya et all, "Workshop Literasi Pemasaran Digital Desa Wisata Di Desa Tanjung, Klaten, Jawa Tengah" Prosiding PKM-CSR, Vol. 4 (2021) halaman 1157, <https://www.prosiding-pkmcsr.org/index.php/pkmcsr/article/download/1260/756>
- Alayka Fadhly Adn, "Pemberdayaan Masyarakat Dalam Pembangunan Wisata Digital Di Desa Kandri Kota Semarang Tahun 2017-2019", Undip's E-Journal (Universitas Diponegoro), <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jpgs/article/download/25023/22278>
- Angga and Rifqi. 2020. "Deputy village ministry PDTT Calls Village Digitalization a Transformation Towards Advanced Indonesia". [Online]. Jurnal Karya Abdi, Available:<https://kemendes.go.id/berita/view/detil/3506/wamendes-pdtt-sebut-digitalisasi-desa-sebagai-transformasi-menuju-indonesia-maju>