JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT MENTARI
e-ISSN : 3063 - 7066
Volume 1, No. 5, Tahun 2024
https://jurnalpengabdianmasyarakatmentari.com/index.php/jpmm/index

Pelatihan Digital Marketing untuk Meningkatkan Usaha *Homestay* di Desa Wisata Tambong

Dheanita Sekarini Octanisa[1], Bitsy Naviri Ismaniar[2], Beby Dwi Febriyanti[3], Khoirunisa[4]

[1,2,3,4] *Pariwisata, Politeknik Negeri Banyuwangi, Indonesia*

Corresponding Author
Nama Penulis: Dheanita Sekarini Octanisa
E-mail: Dheanita@poliwangi.ac.id

Abstrak

Pengabdian masyarakat ini difokuskan pada sosialisasi digital marketing bagi Desa Wisata Tambong dan homestay di Desa Wisata Tambong. Pelatihan yang diberikan mengenai strategi promosi desa wisata melalui media sosial, seperti akun google my business yang bertujuan untuk meningkatkan kunjungan wisatawan ke daerah tersebut dan memberikan kontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal terutama peningkatan UMKM homestay di Desa Wisata Tambong. Kegiatan sosialiasi dihadiri oleh pihak POKDARWIS, BUMDes dan para pelaku UMKM Homestay dari Desa Tambong, kegiatan dilanjutkan dengan pembuatan akun media sosial dan akun google my business. Pada akhir kegiatan, profil desa wisata sudah muncul pada mesin pencari Google dan dapat diakses melalui Google Maps.

Keywords - *Pemasaran Digital, Homestay, Desa Wisata*

Abstract

This community service is focused on digital marketing socialization for Tambong Tourism Village and Tambong Tourism Village homestays. Training was provided on tourism village promotion strategies through social media, google my business accounts. The goal is to increase tourist visits to the area and contribute to local economic growth, especially the increase in homestay MSMEs in Tambong Tourism Village. The socialization activity was attended by POKDARWIS, BumDes and Homestay MSME actors from Tambong Village, followed by the creation of social media accounts and google my business accounts where the end of the activity produced a profile of the tourist village that had been listed on Google and also Google Maps.

Keywords - *Digital Marketing, Homestay, Toursism Village*

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

PENDAHULUAN

Desa wisata merupakan salah satu destinasi wisata yang memiliki daya tarik berupa suasana asli desa, baik dari segi ekonomi, sosial budaya, adat istiadat, kebiasaan sehari - hari, ritual, serta bentuk bangunan tradisional (Anggreini, Nugraha dan Virgiawan, 2024). Kabupaten Banyuwangi telah menjadi salah satu destinasi unggulan yang memiliki beberapa desa wisata. Kabupaten ini melakukan 'city branding' dan 'city image' sebagai strategi promosi sehingga mampu mensejajarkan dengan destinasi yang telah lama dikenal dunia seperti Bali dan Yogyakarta. Saat ini, desa wisata di Banyuwangi juga menjadi pilihan berwisata bagi wisatawan lokal maupun mancanegara sehingga terjadi peningkatan pemberdayaan masyarakat lokal untuk sadar wisata. Peran masyarakat lokal salah satunya adalah menjadi penyedia kebutuhan wisatawan seperti homestay sebagai salah satu infrastruktur penting dalam kegiatan pariwisata.

Desa Wisata Tambong merupakan salah satu desa wisata yang ada di Banyuwangi. Desa ini terletak di Kecamatan Kabat dan berjarak 13 km dari pusat kota. Dengan luas wilayah sekitar 576.2 ha dan jumlah penduduk 3384 jiwa, Desa Tambong masih memiliki banyak ruang terbuka hijau yang dimanfaatkan oleh warga sebagai lahan pertanian, peternakan maupun perkebunan. Area persawahan yang luas dan dikelilingi oleh pegunungan memberikan pesona tersendiri bagi Desa Tambong (Jadesta, 2024). Selain itu, penduduk Desa Tambong merupakan suku asli dari Kabupaten Banyuwangi yang lebih dikenal sebagai Suku Osing. Kehidupan Suku Osing yang masih memegang erat bahasa, adat dan budaya juga menjadi daya tarik bagi para wisatawan yang ingin berwisata di pedesaan sekaligus mempelajari adat dan budaya Suku Osing. Salah satu pertunjukan yang disuguhkan oleh Desa Tambong adalah Atraksi Barong dan Kesenian Tetek yang merupakan bagian dari budaya yang ada di Desa Tambong(Jadesta, 2024). Dalam rangka mengoptimalkan semua potensi yang ada sehingga dapat memberikan manfaat bagi warga sekitar, Pemerintah Desa Tambong mulai mengembangkan Desa Wisata Tambong. Namun, pengembangan desa wisata juga harus disertai dengan fasilitas pendukung seperti homestay. Para wisatawan yang ingin menikmati keindahan Desa Tambong dan juga ikut serta dalam aktivitas sehari-hari dari Suku Osing membutuhkan tempat untuk tinggal selama mereka berada di Desa Tambong.

Penduduk di Desa Tambong juga mulai memiliki kesadaran untuk berpartisipasi dalam pengembangan desa wisata. Beberapa warga menyewakan kamar-kamar yang ada di rumah mereka kepada para wisatawan yang ingin menikmati kehidupan di pedesaan. Namun, pemasaran homestay maupun Desa Wisata Tambong secara digital masih belum optimal. Pemasaran masih dilakukan secara luring kepada wisatawan yang sedang melintas di Desa Tambong. Metode tersebut dinilai kurang efektif karena jangkauannya kurang luas. Pada era digital seperti saat ini, pemasaran digital dapat menjangkau wisatawan lokal maupun mancanegara. Berbagai platform digital seperti *Google my bussines, Traveloka, Pegi-Pegi, Airbnb* dan *Booking.com* dapat dimanfaatkan sebagai media untuk memperkenalkan homestay-homestay yang ada di Desa Tambong. Langkah ini efektif untuk menarik tamu dan meningkatkan pemesanan kamar. Artikel ini mengeksplorasi manfaat pemasaran digital untuk meningkatlan usaha homestay maupun Desa Wisata Tambong. Para pemilik homestay dan pelaku wisata dapat memanfaatkan alat dan platform digital untuk mempromosikan properti mereka. Dengan bantuan platform digital, para pemilik homestay dapat menargetkan calon tamu dari seluruh dunia. Peningkatan eksposur ini juga dapat meningkatkan pemesanan kamar, yang pada akhirnya juga berdampak pada pendapatan para pemilik properti.

Kemampuan para pemilik *homestay* di Desa Tambong untuk memasarkan properti mereka secara digital masih sangat kurang, sehingga perlu adanya pelatihan pemasaran digital untuk para pemilik *homestay* dan juga pelaku wisata yang ada di Desa Tambong dengan harapan dapat meningkatkan tingkat kunjungan wisatawan ke *homestay* maupun Desa Wisata Tambong. Pada tahun 2017, Diansyah, dkk. menjelaskan bahwa pemasaran digital memungkinkan pelanggan atau pembeli mendapatkan informasi mengenai suatu produk atau jasa melalui internet, sehingga memungkinkan penjual atau pemilik usaha dapat berinteraksi dengan calon pembeli tanpa batasan waktu dan lokasi.

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka tim pengabdian masyarakat melakukan kegiatan pengabdian masyarakat dengan judul "Pelatihan Digital Marketing untuk Meningkatkan Usaha Homestay di Desa Wisata Tambong".

METODE

Pelatihan digital marketing dilakukan secara luring di Balai Desa Tambong. Kegiatan pelatihan ini diikuti oleh 20 peserta yang terdiri dari Perangkat Desa Wisata Tambong, BumDes Rekso Wijoyo, POKDARWIS dan perwakilan UMKM homestay yang ada di Desa Tambong. Kegiatan ini dilaksanakan dalam 3 sesi, yaitu:

1. Identifikasi potensi Desa Wisata Tambong melalui kunjungan dan diskusi bersama Sekretaris Desa Tambong dan Ketua BUMDes Rekso Wijoyo. Tahapan ini penting untuk mengetahui potensi Desa Wisata Tambong untuk menarik wisatawan agar berkunjung dan menginap di homestay yang ada di Desa Tambong.
2. Pemaparan konsep dan teori pemasaran digital. Sesi ini dilakukan untuk membekali peserta dengan dasar pemasaran digital yang akan dilakukan.
3. Praktik pembuatan google my bussiness untuk Desa Wisata Tambong dan homestay yang ada di Desa Tambong. Pada sesi ini peserta diberikan kesempatan untuk mempraktikkan secara langsung langkah-langkah membuat google my bussiness. Sesi tanya jawab dan pendampingan juga menjadi hal penting dalam kegiatan pelatihan, untuk dapat mengukur kedalaman pemahaman dan kemampuan peserta yang telah mendapatkan pelatihan. Luaran kegiatan pelatihan berupa akun google my business dari Desa Wisata Tambong dan buku saku yang berisi panduan-panduan untuk melakukan pemasaran digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Desa Wisata Tambong merupakan salah satu desa wisata yang ada di Kecamatan Kabat dan berjarak 13 km dari pusat Pemerintahan Kabupaten Banyuwangi. Nama Tambong, berasal dari nama Bambu/Pring Jajang Tambong yang dulunya banyak tumbuh di wilayah tersebut. Penduduk Desa Tambong adalah Suku Osing yang merupakan suku asli Kabupaten Banyuwangi dan mayoritas penduduknya memeluk Agama Islam (Jadesta, 2024). Tambong memiliki beragam budaya, seperti bahasa, dialek, kesenian dan adat istiadat. Selain menyuguhkan wisata budaya serta sejarah, Tambong juga memiliki pemandangan alam yang indah. Desa ini memiliki kekayaan alam yang melimpah seperti kawasan persawahan dan sungai-sungai memiliki potensi besar untuk dilakukan pengembangan. Adanya potensi besar ini menjadikan Desa Tambong sebagai salah satu sasaran kunjungan wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara(Hanggraito, Ermawati and Cardias, 2023). Wisata alam disertai wisata budaya dan sejarah dapat menjadi daya tarik dari Desa Wisata Tambong. Sebagai contoh, Atraksi Barong dan Kesenian Tetek yang begitu melekat dengan Desa Tambong. Selain itu, ada juga Festival Adat Endog-endogan dan Geredoan dalam rangka Memperingati Maulid Nabi Muhammad SAW yang juga dapat menjadi daya tarik wisata. Wisatawan yang ingin menikmati wisata budaya serta ingin merasakan suasana malam di pedesaan juga dapat menginapdi Desa Wisata Tambong. Oleh karena itu, saat ini Desa Wisata Tambong sangat memerlukan optimalisasi *homestay* sebagai fasilitas pendukung wisata melalui pemasaran digital untuk mencapai target wisatawan yang harapkan.

Pemasaran digital untuk desa wisata dan *homestay* menjadi semakin penting di era digital saat ini. Dengan munculnya *platform* pemesanan *online* seperti Airbnb dan Booking.com, penting bagi pemilik *homestay* untuk memasarkan properti mereka secara *online* untuk menarik tamu dan meningkatkan pemesanan (Kirana dan Wahyuningsi, 2021). Berdasarkan hasil pra-*survey*, Desa Wisata Tambong dan pengusaha *homestay* membutuhkan pelatihan pada sumber daya manusia mengenai cara melakukan pemasaran digital. Masalah utama yang dihadapi adalah kurangnya kesadaran dan pengetahuan para pelaku usaha mengenai pemasaran secara digital. Pemasaran secara digital dipilih

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

dikarenakan metode ini lebih mudah menjangkau target pasar yang diinginkan dan mudah dipelajari oleh para pelaku usaha.

Adapun cara mengatasi permasalahan mitra tersebut adalah dengan cara pemberian pelatihan mengenai pemasaran digital yang diberikan pada BUMDes, POKDARWIS, dan pemilik *homestay* guna meningkatkan kompentensi sumber daya masyarakat lokal. Menurut Setiawati(2017), pemasaran secara daring adalah alternatif usaha untuk melakukan pemasaran suatu produk atau jasa pada era global ini, tentunya menggunakan media internet. Konsep inilah yang menjadi acuan tim pengabdian untuk memberikan pelatihan bagi pelaku usaha yang ada di Desa Tambong. Adapun tahapan pelatihan yang diberikan adalah pemaparan strategi pemasaran yang membahas cara menentukan segmentasi wisatawan yang tepat dan pembuatan media sosial sebagai media pemasaran untuk mempermudah wisatawan melihat titik lokasi dan profil desa wisata. Apabila solusi ini dijalankan tentu akan memberi kemanfaatan pariwisata yang berkelanjutan bagi Desa Wisata dan *homestay* di Desa Tambong. Berikut ini merupakan tahapan pelaksanaan program kerja.

1. Kegiatan observasi yang dilakukan oleh tim pengabdian dengan melihat fasilitas desa wisata dan *homestay* yang ada di Desa Wisata Tambong.

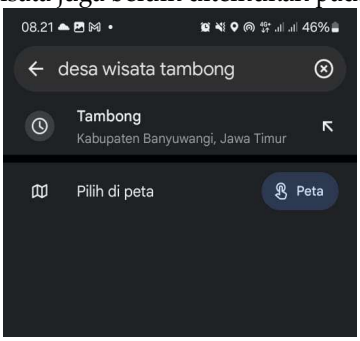
Gambar 1.
Kegiatan Observasi *Homestay* Desa Tambong

2. Kegiatan wawancara yang dilakukan oleh tim pengabdian kepada Sekretaris Desa Tambong dan Ketua BUMDes Rekso Joyo mengenai kebutuhan pelatihan dan pengetahuan pengusaha *homestay* dan para POKDARWIS. Hal ini dilakukan untuk merancang materi pelatihan yang sesuai sehingga didapatkan hasil yang diharapkan.

Gambar 2.
Kegiatan Wawancara dengan Sekretaris Desa Tambong dan Ketua BUMDes Rekso Wijoyo

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

3. Menganalisis kebutuhan desa dan *homestay* terkait pemasaran secara digital, kemudian tim mendapatkan informasi baik desa maupun *homestay* masih belum memiliki akun *google my business* dan titik lokasi desa wisata juga belum ditemukan pada *google maps*.



Gambar 3.
Desa Wisata Tabong tidak memiliki akun *google my business*

4. Pelaksanaan pemaparan strategi pemasaran digital dan pelatihan pembuatan akun serta pelatihan pengambilan gambar. Pemaparan materi tentang cara menentukan segmentasi pasar, strategi peningkatkan wisatawan serta pembuatan akun media sosial dilaksanakan pada SDM yang ada di desa seperti para pemilik homestay dan BUMDes

Gambar 4.
Pemaparan Materi

5. Pembuatan akun media sosial dan akun *google my business* untuk desa wisata sebagai bentuk Langkah awal kegiatan pemasaran secara digital. Pada pembuatan akun google my business dibutuhkan waktu selama 5 hari untuk dapat diverifikasi oleh pihak *google.*

Gambar 5.
Pembuatan Akun Media Sosial dan *Google My Business*

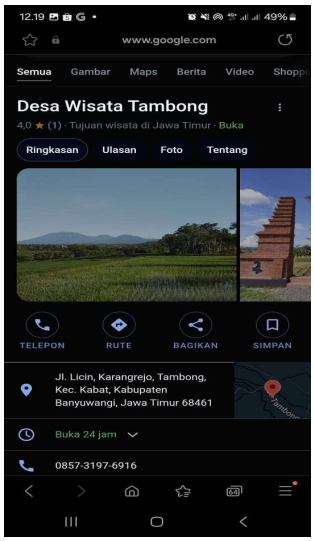
6. Membuat buku saku mengenai tahapan kegaitan pemasaran digital kemudian menyerahkan buku saku yang telah dibuat berdasarkan hasil pemaparan sesuai kebutuhan. Adapun isi dari

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

buku saku ini adalah penjelasan mengenai *digital marketing*, tips pembuatan paket wisata hingga beberapa panduan mengenai pembuatan akun online *travel agent*, dan *google my business.*

Gambar 6.
Penyerahan Buku Saku Digital Marketing

7. Melakukan evaluai mengenai hasil pembuatan akun dan memberikan bantuan pada penanganan pemberian respon wisatawan.



Gambar 7.
Hasil Pembuatan Akun *Google My Business*

Berdasarkan tahapan yang telah dilakukan, dapat diketahi bahwa POKDARWIS, BUMDes hingga para pemilik UMKM *homestay* di Desa Tambong telah memiliki pengetahuan dasar dalam melakukan kegiatan pemasaran digital yang nantinya masih perlu ditingkatkan melalui pelatihan-pelatihan lainnya.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat dengan judul "Pelatihan Digital Marketing untuk meningkatkan usaha Homestay di Desa Tambong" telah terlaksana pada tanggal 21 Oktober 2024 dan telah berhasil memberikan bekal pengetahuan dan keterampilan dasar kepada masyarakat dalam memanfaatkan teknologi digital untuk memasarkan produk atau jasa. Peserta antusias mengikuti seluruh sesi pelatihan dan menunjukkan minat yang tinggi untuk terus belajar. Dengan adanya pelatihan ini, diharapkan masyarakat dapat meningkatkan daya saing usahanya, membuka peluang usaha baru, dan pada akhirnya meningkatkan kesejahteraan ekonomi.

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

UCAPAN TERIMA KASIH

Pengabdian Kepada Masyarakat ini tidak dapat terlaksana jika tidak adanya sinergi antara pihak BumDes Rekso Wijoyo dan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM Politeknik Negeri Banyuwangi. Ucapaan terima kasih kami ucapkan kepada Kepala Desa Tambong yang telah menerima kami dengan baik dan dengan tangan terbuka, serta membantu kegiatan PKM dapat berjalan dengan baik. Begitu juga untuk para POKDARWIS dan perwakilan UMKM *homestay* Desa Tambong yang telah bersedia meluangkan waktu dan tenaganya demi kelangsungan kegiatan ini. Terlebih kepada Politeknik Negeri Banyuwangi yang telah mendukung kami sebagai dosen dalam melakukan Tri Dharma perguruan.

DAFTAR PUSTAKA

Anggraeni, P. D., Nugraha, P. P., & Virgiawan, D. (2020). Upaya Pengembangan Desa Wisata Melalui Pelatihan Pengelolaan Tempat Penginapan (Home Stay) di Desa Sigedong Kecamatan Bumijawa Kabupaten Tegal. Jurnal Pemberdayaan Pariwisata, 2(2), 83.

Diansyah, R., Syahril, S., Aryanto, A., Arribe, E., & Winarso, D. (2017). Penguatan umkm melalui pelatihan blog. *Jurnal Pengabdian UntukMu NegeRI*, *1*(2), 1-7.

Hanggraito, A.A., Ermawati, E.A. and Cardias, E.R. (2023). Pengembangan Blueprint Wisata Desa Dan Paket Wisata Sebagai Upaya Akselerasi Desa Tambong Sebagai Desa Wisata. Pamasa : Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat, 1(1).

Kirana, C., & Wahyuningsih, D. (2021). Pelatihan Manajemen Homestay Di Pangkalpinang Dengan Metode Digital Marketing Sebagai Media PromosI. Jurnal Abdimastek (Pengabdian Masyarakat Berbasis Teknologi), 2(1), 01-05.

Setiawati, I. (2017). Peran Media Sosial Sebagai Upaya Pemasaran Bisnis Online (Perspektif Kualitatif). *STMIK HIMSYA*.

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license