

**PENGEMBANGAN DESA WISATA MELALUI PELATIHAN
DIGITAL MARKETING DALAM MENINGKATKAN UMKM**

**Febriansyah¹, Manda Ramadhanti², Zahrani Tri Novyantari³,
Dede Rustandi⁴, dan Ahmad Hamdan⁵**

¹Pendidikan Masyarakat, Universitas Siliwangi
email: ahfebrian1002@gmail.com

²Pendidikan Masyarakat, Universitas Siliwangi
email: mandaramadhanti2002@gmail.com

³Pendidikan Masyarakat, Universitas Siliwangi
email: zahrani094@gmail.com

⁴Pendidikan Masyarakat, Universitas Siliwangi
email: dederustandi898@gmail.com

⁵Pendidikan Masyarakat, Universitas Siliwangi
email: ahmad.hamdan@unsil.ac.id

Abstract

Madiasari Village is a pilot tourism village located in Cineam District, Tasikmalaya Regency where there are several potentials ranging from religious tourism, cultural tourism, to nature tourism, and even local micro, small and medium business centers such as crafts and food. There are several obstacles that cause all these sectors not to be optimized, starting from the lack of public awareness of the local potential owned and not understanding the community about marketing micro, small and medium business products in digital marketing. The purpose of the implementation of this digital marketing training is to help the community, especially micro, small and medium enterprises in marketing their products digitally in order to get a wider market and introduce local products in Madisari Village. In this Digital marketing Training activity using the social demand approach method and integrative approach. The result of this digital marketing training is that the Madiasari Village community understands the strategies in marketing their products digitally in order to get a wider market.

Keywords: *tourism village, community empowerment, digital marketing training.*

PENDAHULUAN

Dalam sektor pembangunan desa masa kini yang sedang dikembangkan oleh pemerintah adalah mengenai desa wisata. Desa Wisata merupakan salah satu konsep dalam pengembangan industri pariwisata pada suatu daerah. Desa wisata merupakan desa yang memiliki potensi sebagai destinasi wisata yang berbasis komunitas dan berlandaskan pada kearifan lokal kultural masyarakatnya dan juga dapat sebagai pemicu peningkatan ekonomi yang berprinsip gotong royong dan berkelanjutan. (Wirdayanti et al., 2021).

Desa Madiasari ini memiliki berbagai macam potensi lokal yang dimulai dari seni budaya tradisional, situs sejarah,

wisata religi, seni kriya, kuliner, pertanian maupun peternakan, budidaya tanaman hias dan lain lain. Potensi lokal tersebut menjadikan desa madiasari memiliki keunikan adat tradisi dan kehidupan keseharian masyarakat yang menjadi daya tarik utama seperti aktivitas mata pencaharian, religi maupun bentuk aktivitas lainnya. Maka Desa Madiasari ini dapat disebut sebagai desa wisata berbasis keunikan sumber daya budaya lokal yaitu desa wisata yang menjadikan keunikan adat tradisi dan kehidupan keseharian masyarakat menjadi daya tarik utama seperti aktivitas mata pencaharian, religi maupun bentuk aktivitas lainnya (Wirdayanti et al., 2021).

Pengertian *digital marketing* Menurut Urban (2004:2) adalah menggunakan internet dan teknologi informasi untuk memperluas dan meningkatkan fungsi marketing tradisional. Strategi *digital marketing* atau pemasaran *online* saat ini sangat penting dilakukan dan dapat diyakini lebih efektif serta efisien untuk menjangkau target pasar yang diinginkan. Penelitian Pradiani (2018) pun sudah membuktikan bahwa pemasaran secara *online* memang dapat meningkatkan hasil penjualan produk karena sekarang ini, masyarakat cenderung lebih suka mencari referensi secara *online* bahkan membeli produk secara *online*. Pemasaran secara *online* juga dapat meningkatkan jangkauan pemasaran yang tidak dapat atau susah dijangkau oleh pemasaran *offline* (Febriyantoro & Arisandi, 2018). Namun pemasaran digital bukan tentang memahami teknologi yang mendasarinya, melainkan tentang memahami orang, bagaimana mereka menggunakan teknologi itu, dan bagaimana memanfaatkan teknologi untuk terlibat dengan mereka secara lebih efektif, dan harus lebih didorong oleh kualitas komunikasi daripada kuantitasnya (Taiminen & Karjaluo, 2014).

Masyarakat di Desa Madiasari memiliki potensi lokal yang belum optimal yakni para pelaku UMKM khususnya dalam sektor pangan dan seni kriya. Permasalahan ini yang mendasari Mahasiswa Universitas Siliwangi Jurusan Pendidikan Masyarakat untuk dilaksanakannya pelatihan *digital marketing* yang dilaksanakan di aula Desa Madiasari pada tanggal 23 November 2023 pada pukul 15.30 s.d 17.30 WIB. Materi dalam pelaksanaan pelatihan *digital marketing* ini mengenai strategi dalam *digital marketing*. Tujuan dari pelaksanaan pelatihan pemasaran digital ini yaitu membantu masyarakat khususnya pelaku usaha mikro kecil dan menengah dalam memasarkan produknya secara digital agar mendapatkan pasar

yang lebih luas serta memperkenalkan produk lokal Desa Madiasari itu sendiri.

IDENTIFIKASI MASALAH

Desa Madiasari merupakan Desa Wisata rintisan yang berada di Kecamatan Cineam, Kabupaten Tasikmalaya yang dimana disana terdapat beberapa potensi dimulai dari wisata religi, wisata budaya, sampai wisata alam, dan bahkan sentra usaha mikro kecil dan menengah lokal seperti seni kriya dan makanan. Terdapat beberapa kendala yang menyebabkan semua sektor tersebut belum teroptimalisasikan dari mulai kesadaran masyarakat yang masih kurang akan potensi lokal yang dimiliki serta belum memahaminya masyarakat mengenai pemasaran produk usaha mikro kecil dan menengah secara pemasaran digital. Tujuan dari pelaksanaan pelatihan pemasaran digital ini yaitu membantu masyarakat khususnya pelaku usaha mikro kecil dan menengah dalam memasarkan produknya secara digital agar mendapatkan pasar yang lebih luas serta memperkenalkan produk lokal Desa Madiasari. Dalam kegiatan Pelatihan *Digital marketing* ini menggunakan metode *social demand approach* dan pendekatan integratif. Hasil dari pelatihan *digital marketing* ini adalah masyarakat Desa Madiasari menjadi paham mengenai strategi-strategi di dalam memasarkan produknya secara digital agar mendapatkan pasar yang lebih luas lagi.

METODE PELAKSANAAN

Pada saat melakukan proses identifikasi awal, desa madiasari ini belum memiliki kesadaran untuk mengelola dan memasarkan produknya secara luas. Oleh karena itu untuk meningkatkan kesadaran terhadap potensi lokal yang ada, dilaksanakan program pelatihan *digital marketing* yang bertujuan agar masyarakat desa madiasari dapat memahami dan mengelola market

digital untuk memasarkan masyarakatnya secara luas.

Kegiatan Pelatihan *Digital marketing* dilaksanakan pada Kamis, 23 November 2023 di Desa Madiasari. Sasaran dari kegiatan pelatihan *Digital marketing* ini adalah pelaku UMKM yang masih membutuhkan pengetahuan dan keterampilan untuk memasarkan produknya. Kegiatan Pelatihan *Digital marketing* ini diikuti oleh 13 orang peserta yang seluruhnya memiliki *handphone* untuk mendukung pemasaran secara *online* dengan memanfaatkan media sosial.

Dalam kegiatan Pelatihan *Digital marketing* ini menggunakan metode *social demand approach* dan pendekatan integratif. Pada pelatihan *Digital marketing* ini para pelaku UMKM dibekali pengetahuan tentang pentingnya *Digital marketing* untuk Berwirausaha, seperti keuntungan yang didapat, tantangan, strategi, jenis-jenis *platform digital* yang cocok, dll. Sehingga dapat memberikan solusi yang selama ini dihadapi oleh pelaku UMKM yang ada di Desa Madiasari.

Media dan bahan yang disiapkan dalam kegiatan pelatihan *digital marketing* ini yaitu: *projector*, *powerpoint* dan *soundsystem*. Sesudah dilaksanakannya kegiatan pelatihan *digital marketing* ini evaluasi pada kegiatan pelatihan *digital marketing* ini berupa *pretest* dan *posttest* yang diberikan kepada peserta pelatihan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Desa Madiasari merupakan sebuah desa pariwisata yang memiliki sejumlah potensi yang beragam, termasuk tempat wisata yang bersifat religius, budaya, serta alam. Sayangnya, potensi-potensi ini kurang mendapatkan perhatian yang cukup dari pihak masyarakat setempat. Karena masyarakat mungkin menganggap hal-hal yang biasa saja sebagai sesuatu yang istimewa, jika potensi yang ada di

Desa Madiasari dikembangkan dengan baik dan dijadikan sumber pendapatan. Maka potensi yang ada sangat menguntungkan bagi Masyarakat Desa Madiasari Cineam, Tasikmalaya.

Namun Permasalahan ini menjadi sangat penting bagi desa yang berusaha menjadi destinasi wisata yang sejahtera, karena jika komunitasnya tidak dilibatkan dan potensinya tidak diperbesar, maka desa tersebut mungkin tidak akan siap menjadi daya tarik bagi para wisatawan atau pengunjung. Oleh karena itu, kerjasama dengan pihak akademisi sangatlah penting untuk membantu mengatasi berbagai kendala atau masalah yang ada di desa wisata. Meskipun efeknya mungkin tidak terlihat secara langsung, kontribusi ini akan sangat berarti di masa depan. Sejalan dengan Pusparani & Rianto (2021) bahwa kolaborasi dari berbagai pihak sangat diperlukan demi mendukung terlaksananya tujuan dan inovasi bersama terhadap desa, kolaborasi ini dapat disebut dengan Pentahelix.

Namun pada kegiatan ini kami sebagai mahasiswa pendidikan Masyarakat ikut serta dalam mensejahterakan desa wisata yang terletak di Desa Madiasri Cineam Tasikmalaya dan memberdayakan Masyarakat melalui suatu program yaitu pelatihan *digital marketing*. Karena program ini suatu permintaan bagi Masyarakat yang sudah kami identifikasi.

Yang di mana Kegiatan pelatihan *Digital marketing* ini sangat didukung oleh masyarakat Desa Madiasari dikarenakan pelatihan *Digital marketing* ini merupakan keinginan dan kebutuhan yang memang sangat dibutuhkan oleh masyarakat khususnya para pelaku UMKM. Kegiatan pelatihan *Digital marketing* ini mengangkat materi mengenai strategi-strategi dalam *Digital marketing*, dikarenakan masih banyak masyarakat Desa Madiasari Khususnya pelaku UMKM lokal yang belum mengetahui serta masih awam mengenai

Digital marketing. Ada beberapa definisi *digital marketing* menurut para ahli yang dikutip dari buku Raud (2021) sebagai berikut:

Menurut coviello, milley, dan marcolin pada tahun 2001, *digital marketing* merupakan suatu pemanfaatan internet dan teknologi interaktif lainnya untuk menciptakan serta menjalin komunikasi antara perusahaan dengan konsumen yang sudah dikenali atau teridentifikasi.

Menurut urban pada tahun 2004, *digital marketing* adalah pemanfaatan internet dan teknologi informasi guna memperluas serta meningkatkan fungsi dari pemasaran konvensional. Karena definisi ini mengacu pada semua aspek pemasaran yang telah ada sebelumnya. Selain itu, kita juga bisa mengatakan bahwa konsep-konsep seperti "interactive marketing," pemasaran satu-satu, dan "e-marketing" sangat terkait erat dengan konsep "*digital marketing*."

Menurut ridwan sanjaya & josua tarigan pada tahun 2009, *digital marketing* merupakan strategi pemasaran yang melibatkan branding dan memanfaatkan beragam media berbasis web seperti blog, situs web, surel, iklan adwords, serta *platform* jejaring sosial. Jelas, *digital marketing* tak hanya terbatas pada pemasaran di internet saja.

Dari berbagai definisi *digital marketing* menurut para ahli yang dikutip dari buku abdul (Rauf et al., 2021) dapat di simpulkan bahwa *digital marketing* adalah suatu pemanfaatan internet, teknologi interaktif, dan informasi secara luas untuk memperluas komunikasi dan interaksi antara perusahaan dengan konsumen yang dikenali. Definisi ini menekankan penggunaan berbagai *platform* berbasis web seperti blog, situs web, surel, iklan adwords, serta jejaring sosial sebagai bagian integral dari strategi pemasaran digital. Selain itu, *digital marketing* juga mencakup aspek pengembangan brand dan peningkatan fungsi pemasaran tradisional. Konsep-

konsep seperti interaktif marketing, pemasaran satu-satu, dan e-marketing juga erat terkait dengan konsep *digital marketing*, menunjukkan bahwa ini bukan hanya sebatas pemasaran *online*, tetapi juga mencakup evolusi dan peningkatan dalam cara perusahaan berinteraksi dan berkomunikasi dengan konsumen.



Gambar 1. Sesi Pemaparan Materi Pelatihan *Digital marketing*

Sebagai mahasiswa pendidikan masyarakat juga mengimplementasikan tugas Project Based Learning di Desa Madiasari Cineam merencanakan beberapa program sebagai bentuk peningkatan kapasitas sumber daya masyarakat dengan tema "Pengembangan Desa Wisata Melalui Pelatihan *Digital marketing* Dalam Meningkatkan UMKM Desa Madiasari Kabupaten Tasikmalaya". Pelatihan *digital marketing* ini membantu untuk meningkatkan UMKM yang ada di desa wisata madiasari. Karena Desa Madiasari Cineam ini masih banyak sekali yang belum mengetahui *digital marketing* hanya beberapa yang mengetahui dunia *digital marketing*, namun kami sebagai panitia mengadakan pelatihan ini berguna untuk mensejahterakan UMKM yang ada di Masyarakat desa madiasari kecamatan Cineam. Sehingga bisa memasarkan melalui *digital marketing*, dengan adanya pelatihan *digital marketing* ini UMKM Masyarakat desa madiasari dapat mengikuti zaman. Karena di zaman sekarang ini sudah banyak sekali teknologi untuk memasarkan suatu produk di dunia internet seperti *platform* yang sudah disediakan salah satunya yaitu

aplikasi shopee, lazada, Tokopedia, Facebook, Whatsapp, Tiktok Shop dan *platform* lainnya.

Pelatihan (*training*) merupakan upaya berkelanjutan untuk meningkatkan produktivitas kerja karyawan. Pelatihan memiliki potensi untuk menyelaraskan para karyawan dengan strategi-strategi perusahaan sedangkan produktivitas kerja karyawan adalah salah satu ukuran perusahaan dalam mencapai tujuannya (Wahyuningsih, 2019).

Dengan adanya pelatihan *digital marketing* ini, Masyarakat di Desa Madiasari dapat memasarkan suatu produk dengan jangkauan yang lebih luas dan juga dapat menambahkan penghasilan tidak hanya di local saja melainkan di seluruh *platform*. Karena *platform digital marketing* sangat banyak keuntungan contohnya seperti memasarkan produk dengan jangkauan lebih luas, biaya bisnis sangat kecil tapi menguntungkan, lebih banyak calon konsumen, membangun reputasi sangat mudah dan juga saran tepat untuk suatu branding.

Dikarenakan sasaran pelatihan *digital marketing* ini adalah untuk pelaku UMKM, maka diharapkan pelaku UMKM tersebut memiliki pengetahuan dan keterampilan untuk memasarkan produknya lebih luas secara *online* dengan memanfaatkan media digital menggunakan konten-konten yang menarik. Kegiatan ini dilaksanakan pada minggu ke-3 tanggal 23 November 2023 pada pukul 15.30-17.30 WIB. yang berjumlah 13 orang peserta yang hadir.

Media dan bahan yang disiapkan pada pelatihan *digital marketing* ini yaitu proyektor, Powerpoint, dan *Soundsystem*. Media dan bahan ini digunakan untuk membantu dan mempermudah Masyarakat dalam menjalankan suatu kegiatan.

Output dalam kegiatan penyuluhan atau pelatihan ini yaitu masyarakat bisa memahami pentingnya meningkatkan target pasar yang luas dengan metode *Digital marketing* dalam upaya

meningkatkan pendapatan ekonomi dari para pelaku UMKM di Desa Madiasari serta masyarakat mulai memasarkan barang secara digital melalui *platform* media sosial yang umum digunakan contohnya seperti Facebook, Whatsapp, Tiktok Shop dan *platform* lainnya.



Gambar 2. Foto Bersama Peserta Pelatihan

Dalam kegiatan ini Masyarakat dapat belajar mengenai dasar-dasar serta pemahaman kepada masyarakat mengenai *digital marketing* dan juga masyarakat diberikan contoh dari UMKM lokal yang sudah cukup sukses dalam memasarkan produknya secara *digital*. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini yaitu *social demand approach* dan pendekatan integratif, dimana output dalam kegiatan ini yaitu masyarakat bisa memahami pentingnya meningkatkan target pasar yang luas dengan metode *Digital marketing* dalam upaya meningkatkan pendapatan ekonomi dari para pelaku UMKM di Desa Madiasari serta masyarakat mulai memasarkan barang secara digital melalui *platform* media sosial yang umum digunakan seperti Facebook, Whatsapp, dan Tiktok Shop serta masyarakat mulai sadar akan peluang bisnis yang bisa dilakukan melalui metode *digital marketing* dan mulai mencoba memasarkan produknya secara daring melalui beberapa *platform*.

Sumber daya manusia memegang peran yang sangat penting dalam mengembangkan suatu destinasi desa wisata, terutama dalam implementasi pemasaran secara digital (Pratama, 2023). Oleh karena itu, pelatihan ini yang

bertujuan untuk meningkatkan UMKM melalui desa wisata di Desa Madiasari Cineam menjadi program yang sangat penting dalam mengembangkan dan mensejahterakan Masyarakat yang memiliki potensi kewirausahaan. Harapannya melalui program pelatihan digital marketing ini, masyarakat yang berperan sebagai pemangku kepentingan di desa wisata dapat memahami dan mengimplementasikan strategi pemasaran digital yang telah dirancang sebagai bagian dari upaya pengembangan desa wisata di Kabupaten Tasikmalaya.

SIMPULAN

Berdasarkan uraian diatas, pada Desa Madiasari Kecamatan Cineam ini kebanyakan pelaku UMKM masih belum mengetahui bagaimana cara untuk memasarkan produk lebih luas dengan memanfaatkan media *digital*. Oleh karena diadakan program pelatihan tentang *digital marketing*. Program pelatihan *digital marketing* ini bertujuan agar masyarakat desa madiasari dapat memahami dan memiliki kemampuan mengelola media *digital* memasarkan produk secara *online* dengan konten-konten yang dapat menarik konsumen secara luas serta potensi yang ada dapat dikelola dengan baik.

Dengan begitu masyarakat bisa memahami pentingnya meningkatkan target pasar yang luas dengan metode *digital marketing* dalam upaya meningkatkan pendapatan ekonomi dari para pelaku UMKM di Desa Madiasari serta masyarakat mulai sadar akan peluang bisnis yang bisa dilakukan melalui metode *digital marketing* dan mulai mencoba memasarkan produknya secara daring melalui beberapa *platform*.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yakni masyarakat desa madiasari, pemerintahan desa madiasari dan semua anggota kelompok

yang telah memberi dukungan terhadap pelaksanaan kegiatan ini.

REFERENSI

- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan *Digital Marketing* Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 61–76. <https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.175>
- Pradiani, T. (2018). Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 11(2), 46–53. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v11i2.45>.
- Pratama, I.W.A. (2023) ‘Pelatihan Digital Marketing Untuk Pemasaran Desa Wisata di Kepulauan Wakatobi’, *Jurnal Masyarakat Madani Indonesia*, 2(1), pp. 27–32. Available at: <https://doi.org/10.59025/js.v2i1.60>
- Pusparani, P., & Rianto, R. (2021). Implementasi konsep pentahelix dalam pengembangan desa wisata Cibuntu. *Sadar Wisata: Jurnal Pariwisata*, 4(1), 21-27.
- Rauf, A. et al. (2021) *Digital Marketing: Konsep dan Strategi*, *Insania*.
- Taiminen, H.M & Karjaluo, H (2014). *The usage of digital marketing channels in SMEs. Journal of Small Business and Enterprise Development* Vol. 22 No. 4, 2015 pp. 633-651
- Urban, Glen (2004) *Digital Marketing Strategy*. *Pearson Education, Upper Saddle River, New Jersey. USA*.
- Wahyuningsih, S. (2019) ‘Pengaruh Pelatihan dalam Meningkatkan Produktivitas Kerja Karyawan’,

Jurnal Warta Edisi, 60(April), pp.
91–96.

Wirdayanti, A., Asri, A., Anggono, B. D.,
Hartoyo, D. R., Indarti, E.,
Gautama, H., S. H. E., Harefa, K.,
Minsia, M., Rumayar, M.,
Indrijatiningrum, M., Susanti, T.,
& Ariani, V. (2021). *Pedoman
Desa Wisata*.
<https://www.ciptadesa.com/2021/06/pedoman-desa-wisata.html>.