



## Pelatihan Pengembangan Pemasaran Digital Desa Wisata Datara Kecamatan Bontoramba Kabupaten Jeneponto

Adi Candra<sup>1</sup>, Agussalim Patola DM<sup>2\*</sup>, Raden Wirawan<sup>3</sup>, Nirwana<sup>4</sup>, Rani Ariska<sup>5</sup>

<sup>1</sup> Sistem Komputer, Institut Teknologi dan Bisnis Bina Adinata, Indonesia, 92716

<sup>2</sup> Teknik Sipil, Universitas Patompo, Indonesia, 90223

<sup>3</sup> STI, Institut Teknologi dan Bisnis Nobel Indonesia, Indonesia, 90221

<sup>4,5</sup> Bisnis Digital, Institut Teknologi dan Bisnis Bina Adinata, Indonesia, 92716

E-mail:\* [agussalimpatoladm@gmail.com](mailto:agussalimpatoladm@gmail.com)

Doi : <https://doi.org/10.37339/jurpikat.v6i1.2204>

---

**Info Artikel:**

Diterima :  
13-12-2024

Diperbaiki :  
21-12-2024

Disetujui :  
24-12-2024

**Kata Kunci:** Desa Wisata,  
Digital Marketing, Pokdarwis,  
Website

**Abstrak:** Peningkatan jumlah kunjungan wisatawan pada sebuah destinasi merupakan sebuah indikator dari keberhasilan strategi promosi pemasaran yang efektif. Tujuan pengabdian kepada masyarakat untuk mengenalkan kepada anggota pokdarwis tentang pemasaran digital dalam meningkatkan pengelolaan desa wisata dalam bentuk website wisata. Dimana diberikan pelatihan tentang sadar wisata dan pemasaran digital serta pendampingan pengelolaan website desa yaitu [www.wisatadatara.id](http://www.wisatadatara.id). Hasil dari kegiatan ini 75% pengetahuan masyarakat meningkat akan konsep sadar wisata dan potensi wisata didatara, 55% pemahaman pemasaran digital sangat meningkat serta 60% keterampilan masyarakat meningkat dalam mempromosikan objek wisata. Hal ini menjadi solusi inovatif untuk pengembangan mengembangkan desa wisata yang lebih terstruktur, sistematis dan berkesinambungan serta meningkatkan ekonomi masyarakat datara khususnya Kelompok Sadar Wisata Desa Datara Kecamatan Bontoramba Kabupaten Jeneponto.

*Abstract: An increase in the number of tourist visits to a destination is an indicator of the success of an effective marketing promotion strategy. The aim of community service is to introduce Pokdarwis members about digital marketing in improving the management of tourist villages in the form of tourist websites.*

*Where training is provided on tourism awareness and digital marketing as well as assistance in managing the village website, namely [www.wisatadatara.id](http://www.wisatadatara.id). As a result of this activity, 75% of the public's knowledge increased regarding the concept of tourism awareness and tourism potential in the area, 55%'s understanding of digital marketing greatly increased and 60% of the public's skills increased in promoting tourist attractions. This is an innovative solution for the development of a more structured, systematic and sustainable tourism village as well as improving the economy of the plain community, especially the Datara Village Tourism Awareness Group, Bontoramba District, Jeneponto Regency.*

**Keywords:** *Tourist Villages, Digital Marketing, Pokdarwis, Websites*

---

## **Pendahuluan**

Pariwisata merupakan salah satu industri yang berkembang secara cepat dan memiliki dampak (multiflier effect) ganda bagi pertumbuhan dan perkembangan suatu negara dan bangsa. United Nation World Tourism Organizations (UNWTO) menyatakan bahwa sektor pariwisata merupakan salah satu sector yang penting dalam pembangunan suatu wilayah dan peningkatan kesejahteraan bagi masyarakat. Sektor pariwisata yang saat ini menjadi salah satu sektor andalan penghasil devisa dan dampak ekonomi lainnya seperti lapangan kerja dan penggerak industri mikro, mengalami lonjakan jumlah wisatawan baik dari dalam dan luar negeri (1). Oleh karena itu pembangunan kepariwisataan yang dilakukan haruslah berasaskan pada pro poor, pro job, pro growth dan pro environment (2)

Untuk mewujudkan tujuan pembangunan kepariwisataan seperti yang diungkapkan oleh UNWTO maka salah satu upayanya adalah dengan membangun pariwisata yang berkelanjutan yang menekankan keterlibatan aktif masyarakat atau yang dikenal dengan community based tourism (CBT). Salah satu bentuk representasi dari pembangunan berkelanjutan dan community based tourism adalah pembangunan desa sebagai destinasi pariwisata atau yang di kenal dengan Desa Wisata. Community Based Tourism merupakan konsep pengembangan desa wisata dengan melibatkan dan menempatkan masyarakat lokal yang memiliki kewenangan untuk mengelola dan mengembangkan daerahnya sendiri untuk peningkatan kesejahteraan masyarakat lokal dan keberlanjutan kebudayaan lokal dan sumber daya alam (3). Desa Wisata dalam konteks wisata pedesaan adalah aset kepariwisataan yang berbasis pada potensi pedesaan dengan segala keunikan dan daya tariknya yang dapat diberdayakan dan dikembangkan sebagai produk wisata untuk menarik kunjungan wisatawan ke lokasi desa tersebut (4).

Desa Datara adalah salah satu desa di Kecamatan Bontoramba Kabupaten Jeneponto Provinsi Sulawesi Selatan yang telah ditetapkan sebagai Desa wisata oleh Bupati Jeneponto, beragam potensi wisata yang dapat dikembangkan secara berkesinambungan untuk menjadi tempat wisata. Potensi wisata yang telah dirintis oleh Desa Datara diantaranya air terjun Tuang Loe, Jembatan gantung Tamasongo, Sungai Datara, Kolam budi daya ikan nila dan potensi kerajinan tangan tenun Tope. Desa diharapkan dapat memberikan kontribusi berarti dalam memastikan pencapaian pembangunan berkelanjutan. Desa menjadi unsur terkecil yang dapat berperan mendukung pembangunan berkelanjutan. Pemberian ruang partisipatif bagi masyarakat secara lebih luas dan terbuka perlu dilakukan oleh pemerintah (5).

Desa wisata adalah suatu wilayah pedesaan yang menawarkan keaslian baik dari segi sosial budaya, adat-istiadat, keseharian, arsitektur tradisional, struktur tata ruang desa yang disajikan dalam suatu bentuk integrasi komponen pariwisata antara lain seperti atraksi, akomodasi dan fasilitas pendukung (6). Pengembangan desa wisata merupakan salah satu upaya yang bisa ditempuh untuk memberdayakan peningkatan ekonomi masyarakat desa, serta memacu untuk mengembangkan potensi desa yang mengarah pada peningkatan produktivitas masyarakat agar lebih mandiri, maju dan Sejahtera (7). Dampak pengembangan desa wisata yang berbasis pada kemampuan masyarakat setempat dan pemberdayaan potensi sumber daya desa, dapat menciptakan masyarakat yang sejahtera, maju, dan mandiri (8) Pada tahun 2020 Kepala Dinas Pariwisata telah menetapkan Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) Desa Datara Kecamatan Bontoramba Kabupaten Jeneponto yang berperan sbagai penggerak dalam mendukung terciptanya iklim kondusif bagi tumbuh dan berkembangnya kepariwisataan di Desa Datara Kecamatan Bontoramba Kabupaten Jeneponto.

Berdasarkan wawancara dengan kepala Desa Datara bapak Muh. Jufri Laut, SKM mengatakan bahwa pada tahun 2021 berdasarkan SK Bupati Jeneponto desa Datara dinyatakan sebagai desa rintisan desa wisata dan pernah masuk dalam 14 besar desa wisata rintisan binaan perguruan Selain itu, menurut H. Haping selaku ketua kelompok pokdarwis mengatakan bahwa Secara wilayah akses ke area air terjun masih belum bisa di akses menggunakan kendaraan roda 4 dan roda 2 dan jarak yang harus ditempuh dengan berjalan kaki sejauh 3 km; Belum ada aturan di desa tentang tatacara pengelolaan wisata sehingga belum ada dampak Pendapatan Asli Desa di bidang Pariwisata; Pariwisata di Desa Datara masih tergolong peringkat rintisan sehingga masih belum menentukan jenis wisata apa yang akan dijadikan

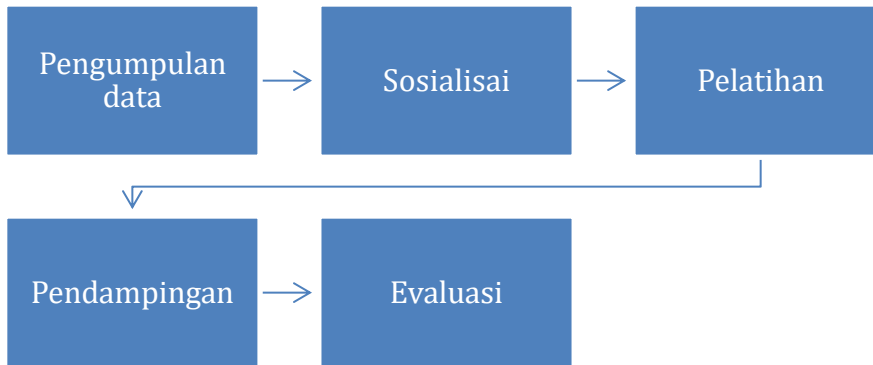
focus wisata; Dari aspek manajemen dan promosi Pariwisata belum dikelola secara teknologi digital.

Untuk mengelola semua potensi wisata di Desa Datara perlu pendampingan dan peningkatan SDM pengelolaan wisata dalam beberapa aspek seperti penentuan jenis wisata yang dapat menjadi Solusi dari semua masalah di atas, serta memaksimalkan pengelolaan yang dapat berdampak signifikan pada penghasilan desa dan penghasilan Masyarakat (9). Pada aspek manajemen dan promosi dalam mengelola semua potensi wisata di Desa Datara diperlukan pemanfaatan perkembangan teknologi digital yang berdampak pada perubahan pola pikir dan pola kerja dibidang pariwisata (10). Hal ini dikarenakan Pola kerja dengan mengandalkan teknologi non-digital dengan sendiri akan hilang karena tidak efektif dan efisien dari sisi waktu, finansial, dan lain sebagainya (11). Teknologi digital merupakan media untuk memudahkan pola kerja manusia dengan hasil yang lebih optimal. Bahwasannya, kompetensi digital tersebut dapat membantu pengembangan obyek wisata dalam mempromosikan keunikan dan keunggulan ke pangsa pasar yang lebih luas (12). Pemanfaatan Internet (website) sebagai alat pemasaran digital saat ini adalah hal yang wajib dilakukan untuk mendapatkan target yang sesuai dengan segmen pasarnya (13), dalam hal ini respon positif wisatawan dalam menyikapi informasi tentang destinasi liburan yang ingin dituju merupakan sebuah keharusan yang harus diupayakan oleh masyarakat dan pemerintah daerah wisata (14).

Tujuan dari kegiatan pengabdian pada masyarakat ini adalah untuk meningkatkan kesadaran dari masyarakat di Desa Datara terkait pemasaran digital. Pelatihan ini diperlukan untuk optimalisasi peluang serta potensi yang dimiliki oleh desa Datara sebagai Desa Wisata. Sasaran utama dari program ini adalah kelompok sadar wisata desa datara. Target luaran dari program pengabdian pada masyarakat ini adalah sebagai berikut : (1) Pembuatan website desa wisata sebagai media branding dan promosi, karena tingkat kunjungan wisatawan yang datang ke desa, relative masih rendah. aplikasi website wisata sebagai media informasi dan promosi mengenai potensi wisata, daya tarik wisata, fasilitas wisata serta program wisata dan paket-paket wisata yang tersedia; (2) Pemberian materi untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman kepada masyarakat tentang sadar wisata dan pemasaran digital, serta pelatihan kepada pokdarwis mengenai pemanfaatan media digital website untuk promosi pemasaran.

## Metode

Metode yang digunakan dalam kegiatan penyuluhan ini adalah metode deskriptif. Metode ini penulis berusaha untuk mengumpulkan masalah aktual, menyusun, dan mengklasifikasikan data dengan langkah- langkah yang ditempuh (15). Pada kegiatan ini penyuluhan dilaksanakan dengan langkah-langkah berikut :



Gambar 1. Tahapan Pelaksanaan kegiatan



Gambar 2. Pengumpulan data dengan wawancara serta survei lokasi wisata

## Hasil dan Pembahasan

### 3.1 Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Pelaksanaan Pelatihan Pengembangan Pemasaran Digital Desa Wisata Datara Kecamatan Botoramba Kabupaten Jeneponto ini dilaksanakan pada hari senin tanggal 14 oktober 2024 pada pukul 09.00 wita sampai selesai bertempat di Kantor Desa Datara.

### 3.2 Peserta Kegiatan

Peserta pada kegiatan ini adalah masyarakat desa Datara yang berfokus pada anggota kelompok sadar wisata (POKDARWIS) desa Datara. Adapun yang hadir

dalam kegiatan ini sekitar 50 peserta yang terdiri dari Pemerintah desa Datara dan stafnya, Babinsa, Tenaga pendidik, PKK dan anggota pokdarwis Desa Datara.

### 3.3 Pelaksanaan

Kegiatan diawali dengan pembukaan oleh protokol dilanjutkan dengan menyanyikan lagu indonesia raya selanjutnya sambutan oleh ketua pokdarwis desa datara yaitu H. Haping, S.Pd., M.I.P menjelaskan bahwa kegiatan ini memberikan pengetahuan baru dalam pemasaran wisata dan berkat dibuatnya website wisatadatara.id yang dibuat oleh tim PKM diharapkan mampu meningkatkan pengunjung wisata air terjun Tuangloe dan wisata lain yang ada di datara.



Gambar 3. Pembukaan kegiatan oleh moderator

Kegiatan ini dibuka secara resmi oleh Kepala desa Datara Muhammad Jufri Lau, SKM. Kepala desa berterima kasih kepada TIM PKM Bina Adinata karena dengan adanya Pelatihan dan Website Wisata Datara dapat membantu memperkenalkan semua potensi wisata Desa Datara pada wisatawan pencinta wisata alam di seluruh Indonesia. Ilmu tentang marketing digital seperti ini yang sudah lama kami tunggu.



Gambar 4. Sambutan dan Pembukaan Kegiatan Pelatihan secara resmi oleh Kepala Desa

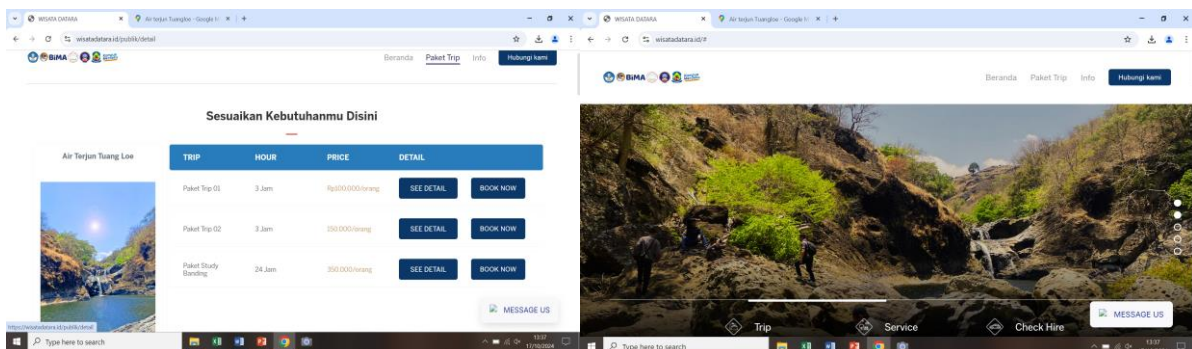
Setelah pembukaan pelatihan, dilanjutkan dengan materi pelatihan yang terdiri dari dua sesi materi yang terkait dengan pengembangan pemasaran digital desa wisata. Adapun materi pelatihan yang diberikan mengenai:

- a. Konsep Sadar Wisata, Pada tahap ini dijelaskan tentang konsep dari desa wisata, komponen komponen desa wisata dan pengembangan desa wisata sehingga masyarakat mitra sadar akan potensi wisata yang dimiliki oleh desa.
- b. Konsep Pemasaran digital, Pada materi ini dijelaskan tentang konsep pemasaran digital, strategi pemasaran, serta jenis jenis dari pemasaran digital sehingga masyarakat mitra mampu membantu pengembangan obyek wisata dalam mempromosikan keunikan dan keunggulan objek wisata yang dimiliki desa ke pangsa pasar yang lebih luas.



Gambar 5. Pemberian Materi Pelatihan

Dalam kegiatan ini juga ditampilkan pemaparan website desa wisata yang telah dibuat sebagai hibah kepada tim pokdarwis desa datara yaitu sebuah software pemasaran digital berupa website desa wisata yang sudah didigitalisasikan melalui <https://wisatadataraid.id>. Website ini digunakan untuk mempromosikan objek wisata yang ada di desa datara terutama air terjun tuang loe sebagai objek wisata utama kelompok sadar wisata desa datara.



Gambar 6. Tampilan Website Desa Wisata Datara

Didalam website ini setiap pengunjung dapat melihat onjek wisata yang ada didesa datara beserta dengan deskripsinya. Diwebsite ini juga terdapat menu pake trip dimana setiap pengunjung diberikan penawaran untuk mendapatkan pengalaman yang baru tentang objek wisata air terjun tuang loe. Paket dapat dipilih sesuai kebutuhan dan terdapat detail deskripsi info paket dan biayanya. Pengunjung juga dapat bertanya secara langsung kepada admin jika memiliki pertanyaan seputar wisata datara. Selain itu website ini juga sudah include dengan media sosial desa datara yang menjadi salah satu media promosi objek wisata diantaranya facebook , instagram dan youtube.

Selain itu, dalam kegiatan ini peserta sangat antusias mengikuti pelatihan dilihat dari peserta yang mengoperasikan website ditelpon genggam masing masing serta antusias bertanya pada pemateri. Setelah proses tanya jawab, kegiatan dilanjutkan dengan pendampingan kepada peserta tim pokdarwis dalam mengelola website sebagai media pemasaran dan terakhir dilakukan evaluasi terkait pelatihan hari ini melalui pengisian kuisisioner. Hal ini bertujuan untuk mengetahui sampai sejauh mana keberhasilan program dicapai. Selain dengan pengisian kuisisioner, juga dilakukan pencatatan dan mengevaluasi kendala yang dihadapi oleh mitra selama kegiatan pelaksanaan program berlangsung.



*Gambar 7.* Peserta Pelatihan bertanya dan mengaplikasikan website

Hal ini untuk mengidentifikasi dan mengetahui kendala dan solusi yang dilakukan untuk menyelesaikannya. Dari hasil evaluasi didapatkan bahwa pemahaman tentang sadar wisata dan pemasaran digital sudah meningkat, penerapan dan pengaplikasian website juga sudah meningkat, sisa pengelolaan website dan media sosial sebagai media promosi masih perlu ditingkatkan dan pendampingan secara khusus. Terakhir dari kegiatan ini, foto bersama dengan peserta dan pemberian sertifikat yang diwakilkan oleh ketua pokdarwis.





*Gambar 8.* Foto bersama dengan tim Pokdarwis dan pemberian sertifikat peserta yang diwakili oleh ketua pokdarwis

## Kesimpulan

Pelatihan pengembangan pemasaran digital desa wisata datara kecamatan bontoramba kabupaten jeneponto berjalan dengan lancar dengan penerapan teknologi yang diberikan kepada Kelompok Sadar Wisata Desa Datara yaitu website wisata yang sudah digitalisasikan di link <https://wisatadatara.id> . Dengan diadakannya kegiatan pelatihan ini meningkatkan pengetahuan masyarakat khususnya anggota tim Pokdarwis dalam hal konsep sadar wisata, konsep pemasaran digital serta pengoperasian website desa sebagai media promosi objek wisata datara. Sebagai saran untuk kedepannya agar pelatihan selanjutnya melakukan pendampingan khusus dan pelatihan khusus terkait pengeperasian website sebagai media promosi.

## Ucapan Terima Kasih

Terima Kasih kepada Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian kepada Masyarakat Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Institut Teknologi dan Bisnis Bina Adinata, Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Patompo, Pemerintah Desa Datara dan TIM Pokdarwis Desa Datara Kecamatan Bontoramba Kabupaten Jeneponto yang sudah menjadi mitra dalam kegiatan ini.

## Referensi

Jamalina, I. A., & Wardani, D. T. K. (2017). Strategi Pengembangan Ekowisata Melalui Konsep Community Based Tourism (Cbt) Dan Manfaat Sosial Dan Ekonomi Bagi Masyarakat Di Desa Wisata Nglanggeran, Patuk, Gunung Kidul. *Jurnal Ekonomi & Studi Pembangunan*, 18(1), 71–85. <https://doi.org/10.18196/jesp.18.1.4008>

- Nirmala, B. P. W. ., & Paramitha, A. A. I. I. (2020). Digitalisasi Desa dan Potensi Wisata Di Desa Kerta, Kabupaten Gianyar Menuju Pariwisata 4.0. *Jurnal Karya Abdi Masyarakat*, 4(3), 350-355. <https://doi.org/10.22437/jkam.v4i2.11273>
- Syafi'i, M., & Suwandono, D. (2015). Perencanaan Desa Wisata Dengan Pendekatan Konsep Community Based Tourism (CBT) Di Desa Bedono, Kecamatan Sayung, Kabupaten Demak. *Ruang*, 1(2), 51-60. <https://doi.org/10.14710/ruang.1.2.61-70>
- Abidin, J., Fedrina, R., & Agustin, R. (2022). Penguatan Kelembagaan Desa Wisata melalui Promosi Digital Marketing di Desa Cisaat, Kecamatan Ciater, Kabupaten Subang. *Jurnal Abdimas Pariwisata*, 3(1), 1-10.
- Mumtaz, A., & Karmilah.M. (2021). Digitalisasi Wisata Di Desa Wisata. *Jurnal Kajian Ruang*, 1.
- Rahmawati, A. (2021). Pemberdayaan Masyarakat melalui pengelolaan desa wisata dalam mendukung SDG's Desa. *Journal of Public Power*, 5(2), 151-158
- Bangsawan, S., Mahrinasari, M., Ahadiat, A., Ribhan, R., Kesumah, F., & Febrian, A. (2021). Pengembangan Desa Wisata melalui Pelatihan dan Pembinaan. *Ymary : Jurnal Pengabdian kepada masyarakat*, 2(2), 79-90.
- Zaeniah, Hambali, Erniwati, S., Indriana, P., & Rahman, L. (2023, Desember). Pengembangan Sumber daya manusia kelompok sadar wisata Sendeng Gile Desa Senaru Kecamatan Bayan Kabupaten Lombok Utara. *Lambung Inovasi : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, VIII(4), 835-842.
- Yudha, E., Carli, Z., Sinaga, R., Mufid, F., Nuryani, N., Nabiilah, P., . . . Dina, R. (2024, maret). Pemanfaatan Media Sosial dalam Pengembangan Desa Wisata Sukamulya, Langkaplancar, Pangandaran. *Abdimas Galuh*, VI(1), 910-920.
- Halik, S., Farida, F., Sulaiman, H., Faizah, A., Candra, A., & Hendrayadi, D. (2023). Pelatihan Strategi Marketing MIX 7P dalam Upaya Meningkatkan Kinerja Account Officer di PT BPR Pataru Laba Cabang Bulukumba. *Abdimas Galuh*, V(1), 824-830.
- Kurnianti, A. (2018). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Sebagai penggerak desa Wisata kabupaten Wonosobo provinsi Jawa Tengah. *Jurnal Riset Komunikasi*, I(1), 180-190.
- Pratiwi, I., Bangun, D., & Turgarini, D. (2021). Teknologi Digital untuk Wisata Gastronomi. *Barista : Jurnal KAJIAN Bahasa dan Pariwisata*, 37-45.
- Wanti, L., Romadloni, A., Ikhtiangung, G., Prasetsya, N., Prihantara, A., Bahroni, I., & Pangestu, I. (2022). Pemanfaatan Teknologi Informasi untuk Pengembangan Dsa Wisata Widarapayung Wetan melalui Pemberdayaan Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis). *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 128-135.
- Menggo, S., Su, Y., & Taopan, R. (2022). Pelatihan Pembuatan Website Desa Wisata di Desa Wisata Meler Kabupaten Manggarai NTT. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 108-115.
- Wirawan, R., & Nur, M. A. (2021). Sosialisasi Aplikasi Pembelajaran Interaktif Berbasis Multimedia. *Madani: Indonesian Journal of Civil Society*, 3(2), 08-13.