

Sosialisasi Pemasaran Destinasi Wisata Melalui Media Sosial dalam Peningkatan Pendapatan Masyarakat

Socialization of Tourism Destination Marketing Through Social Media to Increase Community Income

Maya Novianti^{1*)}, Twenty Mariza Syafitri²⁾, Sri Wulandari³⁾
Universitas Pat Petulai ^{1,2,3)}

*Email korespondensi: mayanovianti90@gmail.com

ABSTRAK

Desa Belitar Seberang menjadi Desa Wisata dengan destinasi wisata yang dimiliki serta unsur penunjang dari hasil bumi yang dimiliki dapat membuat masyarakat desa dapat memiliki pendapatan khususnya dari segi destinasi wisata yang dimiliki. Tujuan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat adalah Memberikan Penyuluhan atau Edukasi mengenai Pemasaran Destinasi Wisata Melalui Media Sosial dalam memberikan pemahaman pemasaran pada media sosial upaya untuk dapat meningkatkan pendapatan masyarakat Desa Belitar setelah mereka terdampak pandemi Covid-19. Pelaksanaan Kegiatan ini dilaksanakan berupa penyuluhan dan edukasi yang di ikuti oleh masyarakat Desa Belitar Seberang Kecamatan Sindang Kelingi Rejang Lebong. Manfaat dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diharapkan untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat Desa Belitar agar dapat menggunakan internet sebagai media sosial dalam komunikasi untuk pemasaran destinasi wisata yang dihasilkan agar dapat meningkatkan pendapatan.

Kata kunci: Pemasaran Online; Pendapatan; Destinasi Wisata

ABSTRACT

Belitar Seberang Village has become a Tourism Village with its own tourism destination and supporting elements from the crops they own, can enable the village community to have income, especially in terms of owned tourism objects. The purpose of Community Service Activities is to provide counseling or education regarding Marketing of Tourism Objects Through Social Media in providing an understanding of marketing on social media in an effort to increase the income of the people of Belitar Village after they were affected by the Covid-19 pandemic. Implementation This activity was carried out in the form of counseling and education which was attended by the people of Belitar Seberang Village, Sindang Kelingi Rejang Lebong District. The benefits of this community service activity are expected to provide understanding to the people of Belitar Village so they can use the internet as a social media in communication for marketing tourism objects produced in order to increase income.

Keywords: Online Marketing; Income; Tourist attraction;

PENDAHULUAN

Selama pandemi Covid-19, sektor pariwisata menjadi salah satu sektor yang sangat terdampak negatif berupa berkurang drastisnya kunjungan wisatawan baik pada destinasi wisata maupun perhotelan atau penginapan serta berbagai sector terkait. Pandemi Covid-19 juga mempengaruhi aktivitas bisnis di berbagai sektor, baik sektor yang mengalami peningkatan seperti berbasis Digital dan aplikasi digital maupun industri lainnya yang mengalami penurunan aktivitas pada banyak sektor (Taufik & Ayuningtyas, 2020). Dalam pengembangan Destinasi wisata sangat penting memperhatikan informasi terkait dinamika potensi dan tantangan dalam mendesain strategi pengembangan lebih lanjut (Hidayat, 2011).

Desa Belitar Seberang dikukuhkan menjadi Desa Wisata Belitar Seberang pada tanggal 13 September 2019, berdasarkan keputusan bupati Rejang Lebong Nomor 180.579.IX Tahun 2019 Tentang Penetapan Desa Wisata di Kabupaten Rejang Lebong. Desa Wisata Belitar Seberang memiliki 2 (dua) Destinasi wisata yang merupakan bagian dari Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Provinsi Bengkulu Tahun 2019 - 2024. Destinasi Wisata Tersebut

adalah Air Terjun Tri Muara Karang (sekarang Tri Sakti) dan Air Terjun Pemandian Dewa.

Desa memiliki Badan Usaha Milik Desa yang melakukan inkubasi terhadap UMKM *existing* yang dimiliki oleh masyarakat Desa Belitar Seberang. Dari Proses inkubasi dilakukan proses investasi pada UMKM tersebut dan membentuk UMKM masyarakat menjadi sebuah badan usaha berbentuk Perseroan Terbatas (PT). memiliki target membangun usaha dalam berbagai sektor yang mengutamakan usaha yang melakukan kegiatan produksi atau jasanya dengan menggunakan bahan baku yang dihasilkan dari wilayah Belitar Seberang. UMKM yang diharapkan mampu terus berinovasi dan menerapkan pemasaran digital dalam membangun potensi destinasi wisata dan potensi pemasaran digital produk UMKM (Taufik, *et.al.* 2022, Mumtaz, 2022). Penggunaan sosial media berpengaruh positif dalam meningkatkan sebaran informasi sebuah destinasi wisata yang berdampak pada kunjungan wisatawan (Charli, 2020, Pradiatiningtyas, 2016, Wahyuni, 2020).

Desa Belitar Seberang terletak sekitar 92,8 KM dari pusat kota Bengkulu dengan jarak tempuh kurang lebih 3,45 jam. Desa

Belitar Seberang merupakan salah satu desa wisata dengan wisata air terjun Tri Sakti. Dengan Luas wilayah desa Belitar Seberang sekitar 625 Ha dengan kondisi topografi wilayah 400-600 MDPL, berupa bukit dan lembah menjadikan desa Belitar Seberang beriklim sejuk. Desa ini dapat di tempuh dengan kendaraan roda 2 maupun roda 4 dengan menggunakan jalur alternatif Bengkulu – Rejang Lebong maupun dari Linggau.



Gambar 1 Lokasi Desa Belitar Kecamatan Sindang Kelingi

Desa Belitar Seberang terletak Di Kecamatan Sindang Kelingi, Kabupaten Rejang Lebong, Provinsi Bengkulu. Sebelah Timur Berbatasan dengan Desa Tanjung Aur, Sebelah Selatan dengan Desa Sindang Jati, dan Sebelah Utara Berbatasan dengan Desa Belitar Muka. Didominasi dengan tanaman Aren yang hampir dapat ditemui di setiap sudut wilayah Desa, perkebunan kopi rakyat jenis robusta juga dapat ditemui di hamparan perbukitan Desa Belitar Seberang. Di daerah persawahan yang dekat pemukiman penduduk, terdapat

berbagai jenis tanaman pertanian; antara lain: Jagung, Tomat, Cabai, Daun Sop, Wortel, dan lain-lain.

Dari bermacam-macam hasil dari tanaman, perkebunan hingga pertanian pada Desa Belitar Seberang Kecamatan Sindang Kelingi Kabupaten Rejang Lebong memiliki nilai perkembangan desa yang dapat semakin meningkat pada tahunnya. Sehingga, dapat menjadi nilai lebih untuk dapat membuat pihak lain tertarik untuk berkunjung pada desa ini.

Desa Belitar Seberang yang menjadi Desa Wisata dengan destinasi wisata yang dimiliki serta unsur penunjang dari hasil bumi yang dimiliki dapat membuat masyarakat desa dapat memiliki pendapatan khususnya dari segi destinasi wisata yang dimiliki.

Untuk dapat memberikan pendapatan kepada masyarakat desa khususnya dalam bidang destinasi wisata diperlukan pemasaran yakni pengenalan dari destinasi wisata yang terdapat di Desa Belitar. Pemasaran dalam pengenalan Destinasi Wisata Air Terjun Tri Muara Karang (sekarang Tri Sakti) dan Air Terjun Pemandian Dewa melalui media sosial yang terus memiliki perkembangan yang semakin baik, khususnya untuk dapat mempermudah masyarakat desa dalam mempromosikan wisata yang dimiliki Desa

Belitar Seberang yang diharapkan dapat memberikan pendapatan pada masyarakat desa. Namun, pengenalan mengenai penggunaan media sosial masih sangat minim diketahui oleh masyarakat desa.

Berdasarkan uraian diatas, Tujuan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat adalah Memberikan Penyuluhan atau Edukasi mengenai Pemasaran Destinasi Wisata Melalui Media Sosial dalam memberikan pemahaman pemasaran pada media sosial upaya untuk dapat meningkatkan pendapatan masyarakat Desa Belitar setelah mereka terdampak pandemi Covid-19.

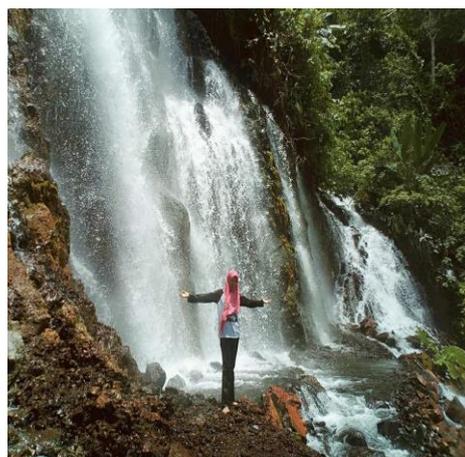
METODE

Dalam Pelaksanaan Kegiatan ini dilaksanakan berupa penyuluhan dan edukasi yang di ikuti oleh masyarakat Desa Belitar Seberang Kecamatan Sindang Kelingi Rejang Lebong. Manfaat yang diperoleh adalah para masyarakat Desa Belitar mampu menggunakan internet sebagai media sosial dalam komunikasi untuk pemasaran destinasi wisata yang dihasilkan agar dapat meningkatkan pendapatan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini dilaksanakan di Balai Desa Belitar

Seberang Kecamatan Sindang Kelingi Rejang, pada tanggal 06 Februari 2023. Yang dihadiri masyarakat Desa Belitar. Pada hari tersebut dilaksanakan Pemaparan materi yang berkaitan dengan cara edukasi pemasaran destinasi wisata melalui media sosial, penggunaan media sosial yang baik dan benar, serta tanya jawab kepada masyarakat Desa Belitar yang diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai pemasaran destinasi wisata melalui media sosial.



Gambar 2 Foto Destinasi Wisata Air Terjun Tri Muara Karang

Kegiatan ini disambut positif oleh masyarakat Desa Belitar Seberang Kecamatan Sindang Kelingi Rejang Lebong sebagai peserta dalam penyuluhan atau edukasi media sosial sebagai sarana pemasaran destinasi wisata. Pada hasil pengamatan yang dilakukan, ditemukan permasalahan masih kurangnya pengetahuan dalam memasarkan baik

secara konvensional (*offline*) maupun secara online. Berdasarkan permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat desa tersebut maka kami memberikan solusi kepada mitra ialah dengan memberikan materi terkait dengan marketing digital serta pemasaran offline untuk dapat meningkatkan pendapatan Masyarakat desa Belitar.

Adapun Materi–materi yang diberikan antara lain tentang Strategi Pemasaran, misalnya pembuatan video destinasi wisata harus serapi mungkin, jalan akses kesana harus dipermudah perjalanannya, terdapat juga produk yang bisa didapatkan pengunjung ketika hendak ke destinasi wisata Destinasi Wisata Air Terjun Tri Muara Karang (sekarang Tri Sakti) dan Air Terjun Pemandian Dewa harus unik, membangun jaringan bisnis, membangun STP (*segmenting, targeting, dan positioning*) dari destinasi wisata serta produk yang dihasilkan. Materi lain yang disampaikan adalah mengenai memanfaatkan E-Commerce dan Media Sosial yang tersedia. Dengan memanfaatkan e-commerce, bisnis memiliki peluang untuk menjangkau pasar yang luas bahkan global. E-commerce dalam dunia bisnis dapat mendukung pemotongan rantai distribusi, sehingga konsumen dapat memperoleh suatu produk

dengan harga murah. Selain itu disampaikan juga bahwa dalam berbisnis perlu dibangun suatu konsistensi agar tercipta kepercayaan dari konsumen.

Pelatihan ini juga dilengkapi dengan praktek yaitu membuka akun di aplikasi Facebook, TikTok, Instagram serta media sosial lainnya yang dapat memudahkan masyarakat desa dalam melaksanakan pemasaran destinasi wisata serta produk yang terdapat pada desa Belitar. Dengan menggunakan aplikasi penjualan online yang ada di situs e-commerce dan *social media*, terbukti mengurangi biaya tenaga pemasaran, memperluas pasar sasaran dan jaringan pasar. Tidak lupa juga disampaikan materi tentang pentingnya memahami tentang kreatifitas dalam upload video dalam mempromosikan seluruh perihal yang dapat menjadi nilai baiknya Desa Belitar Seberang Kecamatan Sindang Kelingi Rejang Lebong.



Gambar 3 Kegiatan Pelatihan

KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dalam bentuk Edukasi

Pemasaran Digital Marketing ini sangat disenangi oleh masyarakat Desa Belitar Seberang Kecamatan Sindang Kelingi Rejang Lebong. Metode dan cara dalam implementasi pemasaran menggunakan sosial media sangat diminati oleh peserta karena peserta langsung melihat sendiri video yang mereka buat sendiri dapat produk terpajang di media sosial, sehingga terbukti dapat meningkatkan pendapatan masyarakat Desa Belitar dari destinasi wisata yang dimiliki serta produk yang dihasilkan pada Desa Belitar sehingga dapat memberikan pendapatan kepada masyarakat setelah pandemic covid-19 ini. Pengembangan bisnisnya baik dari sisi pendapatan, omzet maupun dari sisi biaya yang berpengaruh dalam proses pemasarannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Charli, C. O. (2020). Pengaruh Social Media Marketing, Fasilitas Wisata Dan Citra Destinasi Wisata Terhadap Minat Wisatawan Berkunjung. *Jurnal Ekobistek*, 40-48.
- Hidayat, M. (2011). Strategi perencanaan dan pengembangan destinasi wisata (studi kasus pantai Pangandaran Kabupaten Ciamis Jawa Barat). *THE Journal: Tourism and Hospitality Essentials Journal*, 1(1), 33-44.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gray. (2014). Prinsip-prinsip Manajemen. Edisi 14. Jilid 1. Jakarta, Erlangga
- Moriansyah, L. (2015). Pemasaran Melalui Media Sosial: Antecedents dan Consequences. *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik Vol. 19 No.3, Desember 2015: 187-196*, FEB Universitas Indonesia. Depok
- Mumtaz, A. T., & Karmilah, M. (2022). Digitalisasi Wisata di Desa Wisata. *Jurnal Kajian Ruang*, 1(1), 1-15.
- Pradiatiningtyas, D. (2016). Peran Instagram dalam menarik minat wisatawan berkunjung ke destinasi wisata Yogyakarta. *Jurnal Khatulistiwa Informatika*, 7(2), 489929.
- Stelzner, MA (2012). Social Media Marketing Industry Report. How Marketers Are Using Social Media to Grow Their Business.
- Taufik, T., & Ayuningtyas, E. A. (2020). Dampak Pandemi Covid 19 Terhadap Bisnis Dan Eksistensi Platform Online. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 22(01), 21-32.
- Taufik, T., Kurniawan, I., Kurniawan, I., & Sudigdo, A. (2022). Keberlangsungan Bisnis UMKM melalui Pemasaran Digital dan Inovasi Produk. *Prosiding Manajerial dan Kewirausahaan*, 6, 25-34.
- Wahyuni, S., Mesra, B., Harianto, E., & Batubara, S. (2020). Optimalisasi Aplikasi Media Sosial Dalam Mendukung Promosi Wisata Geol Kepada Masyarakat Desa Pematang Serai. *Jurdimas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat) Royal*, 3(2), 129-134.