



Peningkatan Kompetensi *Digital Marketing* dan Sumber Daya Manusia dalam Rangka Meningkatkan Kapabilitas Desa Wisata Margamulya, Kecamatan Pasirjambu, Kabupaten Bandung

Donni Junipriansa^{1✉}, Fanni Husnul Hanifa², Astri Wulandari³

^{1,2,3}Manajemen Pemasaran, Universitas Telkom, Bandung, Indonesia, 40257

E-mail: donnijunipriansa@telkomuniversity.ac.id✉

Info Artikel:

Diterima: 3 Juli 2024

Diperbaiki: 12 Juli 2024

Disetujui: 19 Juli 2024

Keywords: *Digital Marketing, Human Resources Management, Tourism Village Capabilities*

Kata Kunci: Pemasaran Digital, Manajemen Sumber Daya Manusia, Kapabilitas Desa Wisata

Abstract: *Margamulya Village is a village in Pasirjambu District, Bandung Regency. This village has prominent natural tourism potential, besides that it also has arts potential, such as fire football, reog, karinding, pencak silat and various other attractions. Some of the problems faced by Margamulya Village are limited facilities and infrastructure, limited human resources managing tourist villages, the need for economic empowerment of the surrounding community, both from micro, small, or medium enterprises, and the need to utilize social media as a marketing tool, where a number of these problems need to be solved through training and adaptation of digital marketing, human resources, and increased capabilities. The implementation of the activity took place on June 20, 2024, which was attended by 22 participants who were the target community. The activity received positive appreciation from the community and it is hoped that it can be carried out sustainably.*

Abstrak: *Desa Margamulya merupakan desa di Kecamatan Pasirjambu yang berada di Kabupaten Bandung. Desa ini memiliki potensi wisata alam yang menonjol, selain itu juga memiliki potensi kesenian, seperti sepak bola api, reog, karinding, pencak silat dan lain berbagai atraksi lainnya. Beberapa masalah yang dihadapi oleh desa Margamulya yaitu terbatasnya sarana dan prasarana, keterbatasan SDM yang mengelola desa wisata, masih perlunya pemberdayaan ekonomi masyarakat sekitar baik dari usaha mikro, kecil, ataupun menengah, serta perlunya pemanfaatan sosial media*



sebagai sarana pemasaran, dimana sejumlah masalah tersebut perlu dicarikan solusi melalui pelatihan dan adaptasi pemasaran digital, sumberdaya manusia, dan peningkatkan kapabilitas. Pelaksanaan kegiatan berlangsung pada tanggal 20 Juni 2024 yang dihadiri oleh 22 peserta yang merupakan masyarakat sasaran. Kegiatan tersebut memperoleh apresiasi positif dari masyarakat dan berharap dapat dilaksanakan secara berkelanjutan.

Pendahuluan

Desa Margamulya merupakan desa yang terletak di Kecamatan Pasirjambu, Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat. Desa Margamulya berawal dari desa kecil yang bernama Desa Cihanjavar. Pada tahun 1882 Kabupaten Bandung mempunyai 18 distrik dan Desa Cihanjavar merupakan desa yang termasuk distrik Ciwidey. Desa Margamulya merupakan desa yang berpotensi menjadi desa wisata yang sangat maju dengan keindahan alam yang dimiliki oleh desa, desa Margamulya juga memperlihatkan suasana asli desa yang dapat dilihat dari segi adat istiadat, keseharian, hingga struktur bangunan dari desa itu sendiri.

Seperti pada umumnya sebuah organisasi, Desa Margamulya memiliki visi yaitu terwujudnya masyarakat Desa Margamulya yang refeh, rapih kertaraharja, melalui akselerasi, pembangunan partisipatif yang berbasis Religius, kultural, berwawasan Lingkungan dengan berorientasi dalam kemajuan kinerja serta pembangunan yang sinergis. Masyarakat Desa Margamulya Sebagian bekerja sebagai petani kebun, beternak, dan pedagang yang memasarkan produk hasil dari kebun teh yang ada di desa dan susu kambing hasil ternak oleh peternak yang ada di desa Margamulya. Tidak hanya memiliki potensi dari segi wisata alam, namun Desa Margamulya juga memiliki potensi dari sisi kesenian, seperti sepak bola api, reog, karinding, pencak silat dan sebagainya. Selain itu di Desa Margamulya juga terdapat potensi wisata kampung domba dan kampung pin yang menawarkan acara tandur, ritual punduh serta kesenian yang berkaitan dengan prosesi penanaman padi.



Gambar 1. Kantor Desa Margamulya
Sumber: Dokumentasi Kegiatan di Margamulya (2024)

Berdasarkan hasil wawancara dengan perwakilan Desa Margamulya, diperoleh informasi beberapa masalah yang dihadapi oleh mitra, diantaranya adalah:

1. Penyajian konten di media sosial yang belum optimal. Media sosial yang digunakan hanya instagram dengan jumlah 23 postingan, 159 *follower* dan terakhir aktif pada bulan Desember 2023. Dari sisi desain, konten yang disajikan belum memiliki konsep yang jelas dan menarik. Dengan melihat perkembangan teknologi yang semakin pesat, dimana semakin banyak orang mencari referensi tempat wisata melalui media sosial instagram, youtube maupun tiktok, sangat disayangkan apabila media tersebut tidak dioptimalkan oleh pihak Desa Margamulya.
2. Terbatasnya Sumber Daya Manusia (SDM) pengelola desa wisata dan keterbatasan keterampilan pengelola desa wisata dalam mengembangkan potensi pariwisata di desa mereka. Hal tersebut dikarenakan selama ini mereka belum pernah mengikuti pelatihan-pelatihan yang menunjang pengembangan desa wisata, baik pelatihan *service*, *hospitality*, maupun *marketing*. Dengan melihat pada potensi yang dimiliki oleh Desa Margamulya, sangat disayangkan apabila tidak diimbangi oleh keterampilan SDM pengelola.



Metode

Metode dalam pengabdian masyarakat ini adalah pelatihan dan pendampingan. Adapun tahapan dari kegiatan abdimas ini adalah:

1. Pengumpulan Data. Data dibutuhkan untuk mendapatkan gambaran kondisi existing dengan melakukan wawancara dan *Focus Group Discussion* (FGD) dengan pihak Desa Margamulya. Hasil dari pengumpulan data adalah:
 - a. Jumlah warga yang akan menjadi mitra sasaran
 - b. Kebutuhan/ permasalahan yang dihadapi oleh mitra sasaran
2. Pelatihan dan Workshop. Pelatihan terbagi menjadi 3 sesi, yaitu:
 - a. Pelatihan digital marketing mengenai pengenalan *content marketing*
 - b. Pelatihan mengenai manajemen sumber daya manusia
 - c. Pelatihan kapabilitas organisasi desa wisata

Hasil dan Pembahasan

Pelaksanaan kegiatan di Desa Margamulya dilakukan melalui sejumlah kegiatan sebagai berikut:

1. Pemasaran Digital

Di era digital ini, keberadaan *online* menjadi kunci utama dalam menarik wisatawan ke desa wisata. Pelatihan *digital marketing* bagi desa wisata hadir untuk membekali pengelola desa wisata dengan pengetahuan dan keterampilan untuk memanfaatkan berbagai *platform* digital guna mempromosikan desa wisata mereka secara efektif dan efisien.

Tujuan utama pelatihan digital marketing bagi desa wisata adalah untuk:

- Meningkatkan pemahaman tentang konsep dan strategi *digital marketing*.
- Membangun *website* dan media sosial desa wisata yang menarik dan informatif.
- Mempelajari teknik *Search Engine Optimization* (SEO) untuk meningkatkan visibilitas desa wisata di internet.
- Menguasai *platform* media sosial seperti Facebook, Instagram, dan Twitter untuk mempromosikan desa wisata.
- Mempelajari teknik *content marketing* untuk membuat konten yang menarik dan informatif bagi wisatawan.



Pelatihan digital marketing merupakan bekal penting bagi desa wisata untuk bersaing di era digital. Dengan mengikuti pelatihan ini, pengelola desa wisata dapat memanfaatkan kekuatan internet untuk menjangkau target pasar yang lebih luas dan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke desa wisata mereka.



Gambar 2. Kegiatan Pelatihan

Sumber: Dokumentasi Kegiatan di Margamulya (2024)

2. Manajemen Sumber Daya Manusia

Pelatihan manajemen Sumber Daya Manusia (SDM) bagi desa wisata merupakan langkah krusial dalam mewujudkan desa wisata yang unggul dan berkelanjutan. Melalui pelatihan ini, pengelola desa wisata dapat membekali para staf dan masyarakat dengan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk memberikan layanan terbaik bagi wisatawan dan meningkatkan daya saing desa wisata.

Tujuan utama pelatihan manajemen SDM bagi desa wisata adalah untuk:

- Meningkatkan kualitas layanan di desa wisata.
- Meningkatkan motivasi dan kinerja staf desa wisata.
- Mengembangkan keterampilan hospitality dan customer service bagi staf desa wisata.
- Meningkatkan pengetahuan dan keterampilan staf desa wisata dalam berbagai bidang, seperti kuliner, kerajinan tangan, dan pemandu wisata.
- Meningkatkan kerjasama dan sinergi antar staf desa wisata.



Pelatihan manajemen SDM bagi desa wisata merupakan investasi penting untuk meningkatkan kualitas layanan dan daya saing desa wisata. Dengan mengikuti pelatihan ini, pengelola desa wisata dapat membangun tim yang solid dan kompeten untuk memberikan pengalaman terbaik bagi wisatawan dan menjadikan desa wisata sebagai destinasi wisata yang unggul dan berkelanjutan.

3. Pelatihan kapabilitas organisasi desa wisata.

Pelatihan kemampuan organisasi desa wisata merupakan langkah penting dalam mengembangkan desa wisata yang mandiri dan berkelanjutan. Melalui pelatihan ini, pengurus desa wisata dan pihak terkait lainnya dapat memperoleh pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk mengelola desa wisata secara efektif dan efisien.

Tujuan utama pelatihan kemampuan organisasi desa wisata adalah untuk:

- Meningkatkan pemahaman tentang konsep dan prinsip desa wisata.
- Mengembangkan kemampuan pengelolaan organisasi desa wisata.
- Memperkuat jejaring dan kerjasama antar pemangku kepentingan desa wisata.
- Meningkatkan kapasitas sumber daya manusia di desa wisata.
- Meningkatkan kualitas produk dan layanan desa wisata.

Manfaat yang diperoleh dari pelatihan kemampuan organisasi desa wisata antara lain:

- Meningkatnya kemampuan pengurus desa wisata dalam mengelola desa wisata secara efektif dan efisien.
- Meningkatnya kualitas produk dan layanan desa wisata.
- Meningkatnya jumlah wisatawan yang berkunjung ke desa wisata.
- Meningkatnya pendapatan masyarakat desa wisata.
- Meningkatnya kesejahteraan masyarakat desa wisata.
- Meningkatnya kemandirian desa wisata.

Pelatihan kemampuan organisasi desa wisata merupakan investasi penting untuk pengembangan desa wisata yang mandiri dan berkelanjutan. Dengan mengikuti pelatihan ini, pengurus desa wisata dan pihak terkait lainnya dapat memperoleh



pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk membangun desa wisata yang sukses dan memberikan manfaat bagi masyarakat setempat.



Gambar 3. Penutupan Kegiatan

Sumber: Dokumentasi Kegiatan di Margamulya (2024)

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian masyarakat tanggal 20 Juni 2024 telah berlangsung dengan baik yang dihadiri oleh 22 peserta. Kegiatan berlangsung sesuai rencana dan masyarakat sasaran memberikan penghargaan sekaligus apresiasi kepada tim melalui keterlibatan yang aktif selama berlangsungnya acara serta berharap kegiatan ini dapat dilaksanakan berkelanjutan dengan tema lain yang digali dari berbagai permasalahan yang muncul di Desa Wisata Margamulya.

Ucapan Terima Kasih

Kami haturkan terima kasih kepada Universitas Telkom yang telah memberikan pendanaan dan dukungan lainnya dalam rangka pelaksanaan kegiatan masyarakat ini. Juga kepada masyarakat Desa Wisata Margamulya yang telah memberikan dukungan.

Referensi

Damanik, Janianton. (2013). *Pariwisata Indonesia Antara Peluang dan Tantangan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.



JURNAL PADMA
Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat
Politeknik Piksi Ganesha
Vol. 04 No. 02 (2024)

<https://journal.piksi.ac.id/index.php/Padma>
p-ISSN : 2797-6394 e-ISSN : 2797-3905



- Dinas Pariwisata dan Kebudayaan. (2000). *Sadar Wisata dan Sapta Pesona*. Provinsi Jawa Barat.
- Hadiwijoyo, S.S. (2012). *Perencanaan Pariwisata Perdesaan berbasis Masyarakat*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Hasan, Ali. (2015). *Tourism Marketing*. Yogyakarta: CAPS.
- Hiryanto, L. Wibawa dan E. Tohani. (2017). Dampak Ekonomi dan Social Wisata Alam Berbasis Masyarakat dalam Konteks Pemberdayaan Masyarakat: Studi Kasus pada Desa Wisata Bejiharjo, Kecamatan Karangmojo, Kabupaten Gunungkidul. *Jurnal Ilmu Penelitian Pendidikan*. (10) 2 : 149 -160.
- Kemenparekraf. (2012). *Buku Pedoman Kelompok Sadar Wisata*. Jakarta: Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif
- Kristiana, Y., P. Sinulingga, dan R. Lestari. (2018). *Kunci Sukses Pemandu Wisata*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Mamonto, Nazlina., Gosal, Ronny., dan Singkoh, Frans. (2017). Pemberdayaan Masyarakat dalam Menunjang Sektor Pariwisata sebagai Pendukung Perekonomian. *Jurnal Eksekutif*, 1 (1), 1-9.
- Manafe, Janri D. dkk. (2016). Pemasaran Pariwisata Melalui Strategi Promosi Objek Wisata Alam, Seni dan Budaya. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*. Vol. 4, No.1 Juni.
- Yoeti, Oka A. (2019). *Perencanaan Strategi Pemasaran Daerah Tujuan Wisata*. Jakarta: PT. Pradnya Paramita.