

## Pendampingan Implementasi Digital Marketing Desa Kelumpang sebagai Sarana Pengenalan Potensi Desa Wisata

Defi Pujiyanto<sup>1</sup>, Sri Hartati<sup>2</sup>, Dian Sri Agustina<sup>3</sup>, Suryanto<sup>4</sup>, Budi Kurniawan<sup>5</sup>,  
Wisnumurti<sup>6</sup>, Kadarsih<sup>7</sup>, Rusidi<sup>8</sup>, Salamudin<sup>9</sup>, Haris Saputro<sup>10</sup>

Program Studi Manajemen Informatika<sup>1,2,3,5,6</sup>, Program Studi Teknik Informatika<sup>7,8,9,10</sup>,  
Universitas Mahakarya Asia

e-mail: [pujiantodefi@gmail.com](mailto:pujiantodefi@gmail.com), [hartatiakmi1984@gmail.com](mailto:hartatiakmi1984@gmail.com),  
[dian.sriagustina@gmail.com](mailto:dian.sriagustina@gmail.com), [sur72nto@gmail.com](mailto:sur72nto@gmail.com), [budi.skom@gmail.com](mailto:budi.skom@gmail.com),  
[wisnu.data178@gmail.com](mailto:wisnu.data178@gmail.com), [Kadarsh.mail@gmail.com](mailto:Kadarsh.mail@gmail.com), [rusidi081@gmail.com](mailto:rusidi081@gmail.com),  
[abisalam28@gmail.com](mailto:abisalam28@gmail.com), [haris.mkom@gmail.com](mailto:haris.mkom@gmail.com)

### Abstrak

Desa Kelumpang Kecamatan Ulu Ogan kabupaten Ogan Komering Ulu memiliki potensi ragam wisata kerajinan, kerajinan tangan, arung jeram, air terjun dan lain sebagainya. Pengelolaan sektor wisata desa di Kelumpang mulai menjadi perhatian di kabupaten organ komering Ulu. Kegiatan pengabdian ini berfokus pada promosi wisata desa dan kerajinan tangan masyarakat dalam bentuk pembuatan konten pemasaran yang akan disebarluaskan melalui media sosial facebook dan Instagram. Kegiatan yang dilakukan pembuatan konten pemasaran. Konten pemasaran kegiatan pengabdian berupa gambar dan video. Metode pelaksanaan pengabdian ini yakni pendampingan dalam pengenalan desa wisata dan kerajinan tangan masyarakat desa Kelumpang melalui digital marketing yang berfokus pada media sosial facebook dan instagram. Tujuan di lakukan pendampingan ini adalah untuk meningkatkan publikasi terhadap produk kerajinan tangan dan objek wisata yang terdapat di Desa Kelumpang. Melalui kegiatan pengabdian ini dihasilkan konten terhadap jenis kerajinan dan objek wisata dalam berntuk foto yang siap dipublikasikan ke dalam sosial media facebook dan instagram.

**Kata Kunci:** *Kelumpang, Desa Wisata, Digital Marketing*

### Abstract

Kelumpang Village, Ulu Ogan District, Ogan Komering Ulu Regency, has the potential for a variety of handicraft tourism, handicrafts, rafting, waterfalls and so on. The management of the village tourism sector in Kelumpang is starting to become a concern in the Ogan Komering Ulu district. This service activity focuses on promoting village tourism and community crafts in the form of creating marketing content that will be distributed through social media Facebook and Instagram. Activities carried out in the creation of marketing content. Marketing content for service activities in the form of images and videos. The method of implementing this service is assistance in the introduction of tourist villages and handicrafts from the Kelumpang village community through digital marketing that focuses on social media Facebook and Instagram. The purpose of this assistance is to increase the publication of handicraft products and tourist objects in Kelumpang Village. Through this service activity, content is produced on

types of crafts and tourist objects in the form of photos that are ready to be published on social media Facebook and Instagram.

**Keyword:** *Kelumpang, tourist village, Digital Marketing*

## PENDAHULUAN

Teknologi yang berkembang saat ini sudah sangat terasa, terlebih perkembangan dalam bidang informasi. Sudah saatnya melek teknologi untuk dapat mengeksplor sebuah potensi wisata, produk dan dalam bentuk yang lainnya. Banyak kios-kios pasar yang beralih menjadi online, semua itu merupakan dampak positif dari teknologi. Peran media sosial dalam mengenalkan daerah wisata baru kepada masyarakat luas sebagai calon wisatawan untuk dapat menarik para calon wisatawan mengunjunginya. Buah dari internet sebagai sarana komunikasi, media sosial telah mengubah pemerintah, pihak swasta maupun individu untuk berkomunikasi dengan masyarakat luas dan menyampaikan informasi pihak terkait dengan potensi wisata yang ada. Dalam hal ini banyak potensi wisata yang keberadaanya belum banyak di kenal oleh masyarakat luas. Sementara objek tersebut memiliki pemandangan yang eksotis, produk kerajinan yang layak untuk dijadikan destinasi desa wisata. Wisata desa adalah salah satu kegiatan kepariwisataan yang menawarkan keseluruhan suasana yang menonjolkan keaslian desa seperti pemandangan alam desa yang indah, kuliner, cenderamata, homestay dan sebagainya. (Sudibya, 2018)

Desa Kelumpang terletak di kecamatan ulu Ogan Kabupaten Ogan Komering Ulu. Desa Kelumpang memiliki objek wisata yang cukup indah berupa air terjun dengan nuansa alam yang masih sangat alami, Aliran air ini juga biasa digunakan untuk tujuan arung jeram. Potensi lain yang dimiliki desa kelumpang berupa kerajinan tangan dari bambu yang di anyam menjadi topi, gerabah, niru dan lain sebagainya. Selain kerajinan dari bambu juga terdapat kerajinan dari batu sebagai alat tumbuk bumbu masakan.

Namun masih banyak masyarakat yang belum mengetahui akan indahnya Desa Kelumpang. Untuk itu melalui kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini, kami bermaksud untuk mengekplor Desa Kelumpang dan mengenalkan kepada masyarakat luas sebagai Desa wisata. Adapun pengenalan tersebut dilakukan dengan menimplementasikan teknik pemasaran digital marketing. Dengan teknik pemasaran digital marketing akan memperluas jangkauan pemasaran dengan harapan akan lebih banyak lagi masyarakat yang mengetahui keberadaan Desa kelumpang sebagai desa wisata.

Terget implementasi digital marketing yang digunakan dalam pengabdian masyarakat ini adalah pengguna Facebook dan Instagram. Alasan pemilihan dua media sosial ini adalah Facebook adalah salah satu jejaring sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia, maka tidak mengherankan apabila media Facebook dapat menjadi sebuah peluang bisnis sekaligus menjadi alat pemasaran produk yang sangat potensial. Facebook

memberikan tempat untuk bertemu dan berkomunikasi antara seorang anggota dengan anggota lainnya. Dengan semakin banyaknya anggota yang berkumpul itulah, Facebook kemudian menawarkan tempat iklan kepada para anggota dalam memasarkan atau promosi produk-produk juga tempat berwisata. Ada keramaian ada pula banyak calon pembeli. Peluang bisnis kemudian muncul yaitu dengan cara memberikan penawaran bisnis untuk prospek berkumpul dan melakukan kegiatan yang terjadi di Facebook, selain itu Facebook juga dapat sekaligus menjadi media promosi industri kreatif yang sangat mudah dan murah karena dapat menjangkau pasar hingga seluruh dunia. (Arifin, 2015) Sementara Instagram merupakan media sosial yang masuk dalam kategori jejaring sosial yang dapat diakses dengan mudah, dan dapat memberikan informasi. Salah satu media sosial dimana kita bisa memilih orang yang kita ajak gabung sebagai teman. (Prhatiningsih, 2017). Dua jenis tool digital marketing ini sudah sangat familiar di semua lapisan. (Haq, 2019).

Alasan lain dari pemilihan media ini disesuaikan dengan target market yang dituju serta karakteristik isi maupun tujuan pesan. Content marketing dapat didistribusikan (dipublikasikan) lewat beberapa media, misalnya saja website, media sosial, blog, vlog, dan aplikasi pada tablet maupun smartphone. Pemilihan media ini disesuaikan dengan target market yang dituju serta karakteristik isi maupun tujuan pesan. (Marni Astuti, 2021)

Media social juga dapat dimanfaatkan untuk membentuk *branding* destinasi wisata. Dalam arti mengenalkan daerah-daerah yang berpotensi menjadi destinasi wisata kepada khalayak. Dalam hal ini desa Kelumpang, *Branding* ini bisa disebut juga dengan identitas daerah wisata yang disajikan melalui nama, logo, warna, ataupun *tagline*. Dengan membentuk *branding* destinasi wisata diharapkan membuat pengguna media sosial memperoleh informasi terbaru mengenai berbagai destinasi wisata yang ada. Media sosial merupakan konten online yang dibuat menggunakan teknologi penerbitan yang sangat mudah di akses dan di ukur. Hal yang terpenting adalah terjadinya pergeseran cara mengetahui orang, membaca dan membagi berita, serta mencari informasi dan konten. Mayfield mendefinisikan media sosial sebagai pemahaman terbaik dari kelompok jenis baru media online yang mencakup karakter-karakter berikut ini:

1. Partisipasi

Social media mendorong kontribusi dan umpan balik dari setiap orang yang tertarik. Hal ini mengaburkan batasan antara media dan khalayak.

2. Keterbukaan

Layanan social media terbuka untuk umpan balik dan partisipasi, serta mendorong untuk memilih, berkomentar dan berkomunikasi.

3. Percakapan

Saat media tradisional masih mendistribusikan konten kepada khalayak, social media dikenal lebih baik dalam komunikasi dua arah

4. Komunitas

Social media dapat memberntuk komunitas dengan cepat

5. Konektivitas

Kebanyakan social media berkembang pada keterhubungan ke situs-situs, sumber-sumber dan orangorang lain (Irwansyah, 2011). Digital marketing merupakan media promosi dalam bentuk elektronik. salah satu bagian dari digital marketing adalah internet marketing. Internet marketing dapat diartikan sebagai pemasaran dengan target utamanya adalah pengguna Internet. (Leni Marlena, 2019). Dalam arti lain Pemasaran digital adalah suatu usaha untuk mempromosikan sebuah merek dengan menggunakan media digital yang dapat menjangkau konsumen secara tepatwaktu, pribadi, dan relevan. Tipe pemasaran digital mencakup banyak teknik dan praktik yang terkandung dalam kategori pemasaran internet. (Khotimatus Sadiyah, 2020)

## METODE

Metode pelaksanaan dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat pada desa Kelumpang yaitu dengan melakukan pendampingan terhadap kegiatan masyarakat desa dalam promosi desa wisata dan kerajinan tangan masyarakat melalui media sosial facebook dan instagram. Kegiatan yang dilakukan yaitu menyediakan template-template siap pakai untuk desain foto dan video menggunakan aplikasi power point. Adapun tahapan yang dilakukan dalam pendampingan tersebut adalah pembentukan tim kegiatan, implementasi kegiatan dan evaluasi kegiatan. (Dani Anggoro, 2020).

- Pembentukan Tim kegiatan pendampingan implementasi Digital Marketing desa kelumpang terdiri dari 1 ketua dan 6 anggota, berikut uraian tugas dari tim kegiatan:

No	Nama	Tugas
1	Rusidi, M.Kom	Pembentukan team dan koordinasi antar anggota
2	Defi Pujianto, M.Kom	Pengambilan gambar dan video Tempat wisata
3	Sri Hartati, M.Kom	Pengambilan gambar dan video Kerajinan tangan
4	Haris Saputro, S.T., M.Kom	Editing Video untuk Publikasi Sosmed
5	Suryanto, M.Kom	Desain dan editing foto Publikasi Sosmed
6	Dian Sri Agustina, M.Kom	Uplaod dan promosi hasil desain video dan foto
7	Kadarsih, ST., M.Kom	Membuat Laporan Kegiatan Pengabdian
8	Salamudin, M.Kom	Membuat Copyright Publikasi Gambar dan Video
9	Budi Kurniawan, M.Kom	Membuat Desain Template di power Point
10	Wisnumurti, M.Kom	Publikasi hasil desain ke sosial media facebook dan Instagram.

- b. Observasi dilakukan untuk memperoleh gambaran riil mengenai obyek yang akan menjadi mitra dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini, yaitu potensi wisata dan kerajinan tangan masyarakat desa plumpnag. Kegiatan observasi juga dapat mengamati potensi obyek wisata dan menggali kegiatan masyarakat dalam mendukung pengelolaan potensi wisata di desa Kelumpang.
- c. Wawancara, yaitu melakukan proses penggalian informasi melalui tanya jawab secara langsung dengan pihak masyarakat, pengelola terkait, dan stakeholder yang terlibat dalam pengelolaan potensi wisata tersebut.
- d. Analisis Situasi Tempat Pengabdian Masyarakat dilakukan dengan cara daring melalui whatshapp dengan kepala desa Kelumpang. Diskusi membahasa tentang kendala pengenalan tempat wisata dan kerajinan tangan yang dihasilkan oleh masyarakat desa kelumpang.
- e. Identifikasi Masalah dilakuakan untuk mengetahui pokok permasalahan bagaimana supaya tempat wisata dapat dikenal di luar desa dan kecamatan ogan komering ulu dan bagaiman kerjinan tangan dapat ditemukan secara mudah oleh calon pelanggan di situs facebook dan instagram?
- f. Tujuan Kegiatan Pengabdian implentasi digital marketing yaitu untuk mengenalakan dinasti desa wisata, berupa air terjun dan kerajinan masyarakat desa kelumpang dengan cakupan area yang lebih luas, dengan harapan dapat medatangkan wisatawan baru.

Evaluasi Kegiatan merupakan Tapahap akhir dari kegiatan pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yaitu melakukan evaluasi dari implementasi kegiatan dengan melihat seberapa efektif penerapan aplikasi digital marketing untuk membantu mengenalkan tempat wisata dan produk kerajinan di desa kelumpang.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat di Desa Kelumpang merupakan pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi yang diwajibkan bagi semua Dosen. Hasil dari kegiatan pengabdian adalah foto, video tempat wisata dan kerajinan tangan desa Kelumpang yang digunakan sebagai konten untuk kegiatan promosi secara digital melalui sosial media, serta kemampuan masyarakat dalam mempromosikan melalui sosial media. Hasil dari kegiatan ini diharapkan ada proses peningkatan cakupan luas area pengenalan desa wisata Kelumpang dan mendatangkan wisatawan baru ke desa Kelumpang. Adapun hasil kegiatan pengabdian adalah sebagai berikut :

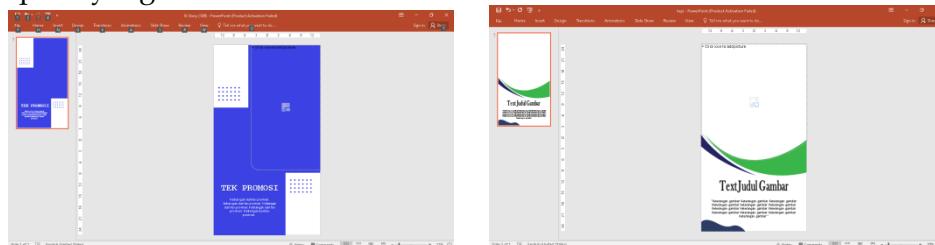
1. Kegitan Pendampingan dengan mempromosikan tempat wisata dan kerajinan tangan desa kelumpang melalui facebook dan Instagaram.

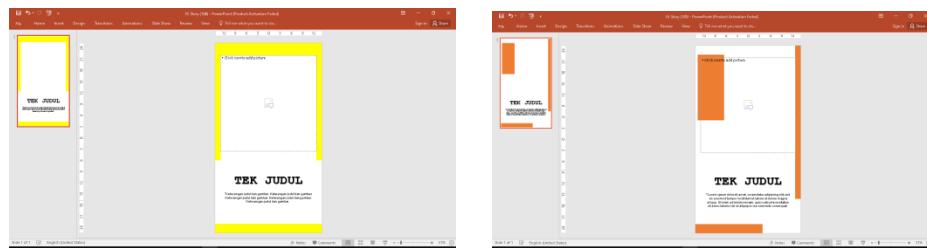


2. Hasil Pengambilan objek Foto dan video Desa wisata Kelumpang



3. Pembuatan konten yang akan di publikasi melalui facebook dan instagram. Konten desain foto dan video yang dihasilkan yang akan di bagikan pada media sosial. Pembuatan konten yang akan di publish sudah disediakan template power point. Pengelola desa wisata tinggal memasukkan foto dan mengganti tek, sebagai konten pemasaran facebook dan instagram. Berikut template yang sudah di sediakan :





Hasil Pembutuan Template desain dengan power point

4. Konten yang di hasilkan setelah template power point di isi dengan objek foto dan video

**Cobek Batu**

Cobek berasal dari batu asli di lengkap dengan ulek.

**Curup Pisang**

"Merupakan air terjun yang ada di desa plumoang, ketinggian antara 5-10 Meter"

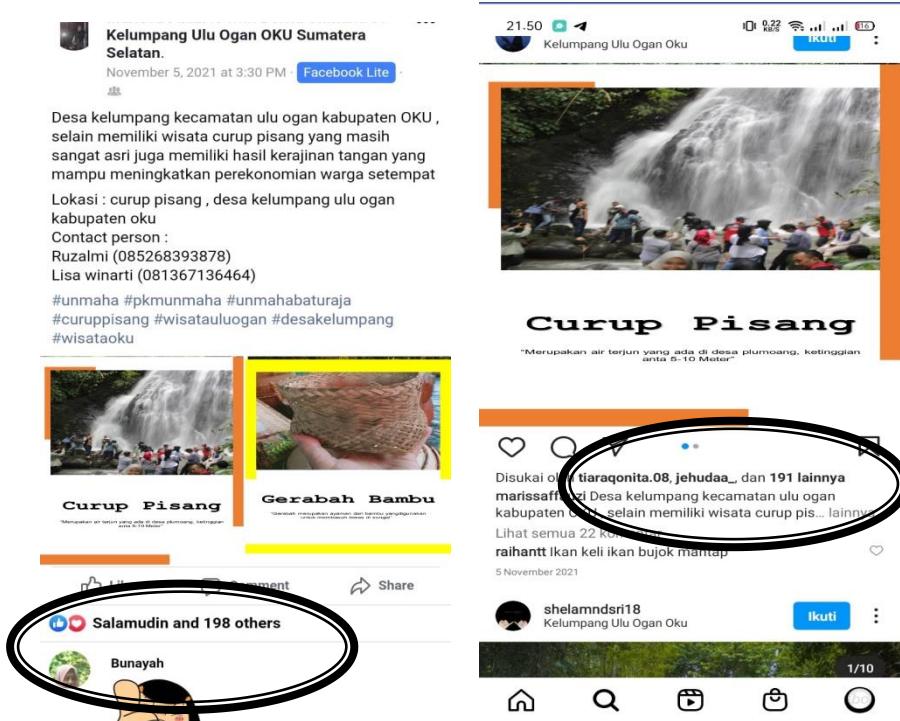
**Topi Anyam Bambu**

"Salah satu kerajinan bambu mayarakat desa plumpang terbuat dari bambu yang di ayam."

**Gerabah Bambu**

"Gerabah merupakan ayaman dari bambu yangdigunakan untuk membasuh beras di sungai"

Kegiatan akhir dari Pengabdian Kepada Masyarakat di Kelumpang adalah melakukan evaluasi untuk melihat efektifitas kegiatan yang dilakukan. Evaluasi dilakukan 1 bulan setelah kegiatan publikasi foto dan video pada sosial media facebook dan instagram. Berdasarkan hasil publikasi di sosial media facebook dan instagram diperoleh tanggapan sebagai berikut :



## SIMPULAN

Kegiatan pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat (PKM) yang dilaksanakan di desa Kelumpang telah selesai dilaksanakan. Melalui pelaksanaan tersebut diperoleh berbagai hal menarik. Kegiatan PKM ini turut berkontribusi bagi masyarakat desa kelumpang khususnya dengan melakukan pendampingan desa sebagai potensi desa wisata melalui digital marketing sosial media dalam bentuk facebook dan instagram dalam rangka meningkatkan intens pemasaran yang mengutamakan publikasi tentang potensi yang dimiliki oleh desa kelumpang, dalam hal ini kerajinan ayam, arung jeram dan air terjun. Sehingga potensi desa kelumpang akan tersebar lebih luas dan semakin banyak masyarakat yang dapat mengetahuinya. Melalui kegiatan PKM ini harapan kedepannya desa kelumpang dapat menjadi destinasi wisata, menjadi tujuan bagi yang ingin mengadakan suatu event yang memiliki pamor. Terlebih untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa kelumpang dengan bertambahnya pendapatan desa.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, R. W. (2015). Peran facebook sebagai media promosi dalam mengembangkan industri kreatif. *Bina Insani ICT Journal*.
- Dani Anggoro, H. H. (2020). Implementasi Digital Marketing Pada UKM Guna .

*Jurpikat.*

- Handi sama, T. W. (2019). Digital marketing Untuk Pariwisata di Desa Sembulang. *NaCosPro*.
- Haq, H. Z. (2019). Pengaruh media sosial(facebook, Twiter, Instagram) terhadap peningkatan jumlah pengunjung kolam renang di kabupaten pemalang. *Hammas Zamanul Haq*.
- Irwansyah. (2011). Corporate and Marketing Comunication . *Puskombis Universitas Mercubuana* .
- Khotimatus Sadiyah, L. D. (2020). Pengenalan Digital Marketing Dalam Upaya Meningkatkan Penghasilan Ibu Rumah Tangga (IRT) Majlis Taklim Al Auladiyah. *Dedikasi*.
- Leni Marlena, d. (2019). *Digital Marketing*. Bandung: Widina.
- Marni Astuti, R. N. (2021). Pendampingan digital marketing untuk pengembangan desa wisata . *Kaca Negara*.
- Prhatiningsih, W. (2017). Motif penggunaan media sosial instagram di kalangan remaja. *Comunication*.
- Sudibya, B. (2018). Wisata desa dan Desa wisata, Bali membangun bali. *Jurnal Bapeda Litbang*.