

## **EDUKASI DIGITAL MARKETING DALAM PENGEMBANGAN POTENSI WISATA DESA BIAUNG DI ERA DIGITAL**

**Aura Amarani<sup>1)</sup>, Kadek Julia Mahadewi<sup>2)</sup>**

<sup>1)</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pendidikan Nasional

<sup>2)</sup>Fakultas Hukum, Universitas Pendidikan Nasional

*amaraniaura10@gmail.com, juliamahadewi@undiknas.ac.id*

### **Abstract**

Tourism is an industry that can drive various aspects of problems for society, ranging from economic, social, cultural and other aspects. The island of Bali is an island rich in tourism potential, not only natural tourism potential but also cultural tourism potential. One of them is Biaung Village has the potential as a growing cultural tourism destination. The problem that arises is how to excite foreign and domestic tourists to develop tourism potential in an area. One of the efforts that can be done is digital marketing education. Colleagues involved in the implementation of a work program are actors who are marketing specialists. Briefing and learning activities make the managers of Biaung Village's tourism potential more aware of the importance of digital marketing to market the tourism potential of Biaung Village and how to attract domestic and foreign tourists to increase the tourism potential of Biaung Village. This activity is expected to follow up the application of digital marketing in increasing the number of tourists and developing the tourism potential of the village, so that it is increasingly famous among domestic and foreign tourists and contributes to the community's economy.

*Keywords: Education, Digital Marketing, Biaung Village.*

### **Abstrak**

Pariwisata adalah industri dimana dapat menggerakkan berbagai aspek permasalahan bagi masyarakat, mulai dari ekonomi, sosial, budaya dan aspek lainnya. Pulau Bali merupakan pulau yang kaya akan potensi wisata, tidak hanya potensi wisata alam tetapi juga potensi wisata kebudayaan. Salah satunya Desa Biaung memiliki potensi sebagai destinasi wisata budaya yang berkembang. Permasalahan yang muncul adalah bagaimana menggairahkan wisatawan mancanegara dan domestik untuk mengembangkan potensi wisata di suatu daerah. Salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah edukasi digital marketing. Rekan yang terlibat di suatu pelaksanaan program kerja yaitu para pelaku yang merupakan spesialis pemasaran. Kegiatan pengarahan dan pembelajaran membuat pengelola potensi wisata Desa Biaung semakin sadar akan pentingnya digital marketing untuk memasarkan potensi wisata Desa Biaung dan bagaimana cara menarik wisatawan domestik dan mancanegara untuk meningkatkan potensi wisata Desa Biaung. Kegiatan ini diharapkan ada tindak lanjut penerapan digital marketing dalam meningkatkan jumlah wisatawan dan mengembangkan potensi wisata desa, sehingga semakin terkenal di kalangan wisatawan domestik dan mancanegara serta berkontribusi terhadap perekonomian masyarakat.

*Kata kunci: Edukasi, Digital Marketing, Desa Biaung.*

### **PENDAHULUAN**

Pariwisata Indonesia mulai mampu menggantikan pemasukan negara dari sektor pertambangan. Hal tersebut dikarenakan pariwisata adalah industri yang memacu berbagai aspek

dimana menjadi permasalahan di lingkup masyarakat, mulai dari ekonomi, sosial, budaya, dan aspek lainnya yang berpengaruh kepada masyarakat. Seperti yang tercantum dalam Undang-Undang Nomor 32

Tahun 2004 Tentang Pemerintahan Daerah dimana pemerintah memberikan kebebasan dalam mengelola potensi wisata di setiap daerah. Dan juga tercantum dalam Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2004 Tentang Perimbangan Keuangan Pusat dan Daerah dimana pemerintah memberikan kesempatan bagi setiap daerah untuk mengelola secara optimal sumber daya alam yang mereka miliki. Hal ini mengakibatkan pemerintah di setiap daerah berusaha mengelola potensi wisata mereka secara optimal guna membantu meningkatkan perekonomian mereka.

Pulau Bali merupakan pulau yang kaya akan potensi wisata, tidak hanya potensi wisata alam tetapi juga potensi wisata kebudayaan. Potensi wisata Pulau Bali begitu menarik wisatawan internasional maupun domestik dikarenakan potensi wisata yang masih kental dengan adat istiadat di setiap daerah. dan keindahan alamnya.

Menurut data yang didapatkan oleh penulis melalui Badan Pusat Statistik (BPS) Bali, wisatawan yang berkunjung ke Bali meningkat secara signifikan dari tahun ke tahun. Sector pariwisata sangat membantu perekonomian di setiap daerah tertentu. Pariwisata merupakan faktor pendorong pendapatan di suatu daerah dan memacu perekonomian daerah. Table dibawah ini merupakan data statistik mengenai perkembangan jumlah pariwisata di Pulau Bali :

**Table 1 Tabel BPS Pariwisata Internasional dan Lokal Bali 2020-2022**

*Number of International and Domestik Visitors in Bali Province, 2020–2022*

Tahun	Wisatawan		Jumlah
	Internasional	Domestik	
2020	1 069 473	4 596 157	5 665 630
2021	51	4 301 592	4 301 643

2022	287 398	7.122.057	7 409 455
------	---------	-----------	-----------

(Sumber : BPS Provinsi Bali)

(Sumber Url:

<https://bali.bps.go.id/indicator/16/106/3/.html>)

Desa Biaung berada di wilayah kecamatan Penebel, kabupaten Tabanan. Desa Biaung ini dikelilingi banyak pura peninggalan zaman sejarah. Desa Biaung ini memiliki potensi dalam destinasi wisata kebudayaan diantaranya adalah Cagar Budaya Pura Batur Sari, Cagar Budaya Pura Sri Murti, dan Pura Taman Beji Sudamala Lembah Tulis,

Dalam mengelola potensi wisata desa diperlukan fasilitas yang memadai, hal ini akan membantu meningkatkan minat para wisatawan untuk berkunjung ke destinasi wisata desa. Tidak hanya itu masyarakat di Desa Biaung ini juga belum memahami tentang bagaimana *digital marketing* di era digital ini. Akibat dari ketidakpahaman tersebut membuat para wisatawan jarang mengunjungi Desa Biaung. Destinasi yang terletak di Desa Biaung ini memiliki informasi yang sangat sedikit di internet bahkan sangat sulit untuk dicari. Sehingga berdampak pada minat untuk berkunjung ke destinasi wisata di Desa Biaung.

Program kerja KKN mengambil tema *digital marketing* dengan pertimbangan bahwa kemampuan sumber daya manusia di Desa Biaung terhadap pemakaian *digital marketing* dan internet sangat kurang. Dimana internet sudah menjadi tempat atau alat untuk mencari atau mengakses berbagai informasi. Dengan menggunakan internet dalam melakukan pemasaran dapat menentukan segmen pasar sesuai dengan pasar yang akan dituju, dengan ini pastinya akan mendapatkan respon yang positif dari para wisatawan untuk mencari destinasi wisata yang akan mereka kunjungi. *Digital marketing*

memberikan pengalaman lebih terkait pelayanan dan menciptakan sebuah kualitas untuk para customer. *Digital marketing* diartikan sebagai alat untuk berinteraksi antar pengelola potensi wisata dengan para wisatawan, melalui digital seperti internet, email, dan mobile phone. *Digital marketing* memiliki pengaruh yang sangat besar untuk meningkatkan minat wisatawan dan perekonomian suatu daerah.

Menurut latar belakang masalah yang dijabarkan, penulis tertarik untuk membuat program kerja KKN yang berjudul “Edukasi Marketing Dalam Pengembangan Destinasi Wisata Desa Biaung di Era Digital”.

## **METODE**

Metode yang digunakan sebagai dasar pelaksanaan program kerja edukasi *digital marketing* yaitu metode penelitian kualitatif melalui pengumpulan data. Data yang digunakan dalam program kerja ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer didapatkan secara langsung dalam kegiatan peninjauan yang dilakukan pada tanggal 28 Januari 2023, yaitu terjun langsung ke Desa Biaung, Kecamatan Penebel, Kabupaten Tabanan bersama tokoh masyarakat setempat, melalui wawancara singkat mengenai permasalahan yang ada di desa tersebut. Di mana saat peninjauan, terlihat banyak beberapa potensi wisata yang belum terekspos ke dunia digital, sebagai akibat dari kurangnya pemahaman terhadap penerapan *digital marketing* dalam pengembangan potensi wisata Desa Biaung, Kecamatan Penebel, Kabupaten Tabanan. Selanjutnya, data sekunder yaitu data yang didapatkan melalui instansi yang terlibat, dalam hal ini adalah Kantor Perbekel Desa Biaung, Kecamatan Penebel, Kabupaten Tabanan, seperti data jumlah penduduk, penghasilan

penduduk, luas wilayah, potensi wilayah desa, dan cakupan wilayah desa.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Penerapan *digital marketing* ini akan menjadi jembatan kepada pariwisata untuk berkembang sehingga mampu menarik wisatawan domestic atau mancanegara. Dalam menjalankan penerapan *digital marketing* ini pada pariwisata desa Biaung akan memerlukan beberapa penyesuaian dalam penerapannya sesuai dengan kultur dan kebutuhan yang ada di tempat, maka berdasarkan hal tersebut program kerja ini akan melakukan beberapa metode pendekatan agar mampu memberikan implementasi penerapan *digital marketing* yang optimal kepada para para pengelola potensi wisata.

### **Analisis Pemilihan Program Kerja**

Berdasarkan analisis situasi dan kondisi di Desa Biaung, Penebel, Tabanan, maka penulis dapat merancang program kerja yang akan dilaksanakan. Hasil analisis ini menjadi pertimbangan dalam merancang program kerja. Adapun yang menjadi pertimbangan dalam perancangan program kerja adalah sebagai berikut:

1. Keperluan Warga
2. Pemanfaatan Waktu
3. Sumber daya manusia dan potensi wisata alam dan budaya desa
4. Kapabilitas mahasiswa

### **Tahapan Pelaksanaan Program Kerja**

1. **Observasi Wilayah Desa Biaung, Kecamatan Penebel, Kabupaten Tabanan**

Observasi wilayah di Desa Biaung ini memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana keadaan di wilayah tersebut dan potensi desa yang dimiliki dari Desa Biaung, Penebel, Tabanan. Tidak hanya itu, Penulis dapat menganalisis permasalahan yang ada di Desa Biaung, Penebel, Tabanan agar dicarikan alternatif penyelesaiannya supaya masyarakat Desa Biaung mendapatkan dampak positif dari program kerja yang akan dilaksanakan.

## 2. Observasi Kegiatan

Observasi selanjutnya dilakukan agar penulis mengetahui bagaimana kemampuan sumber daya manusia pada masyarakat Desa Biaung, Penebel, Tabanan. Dimana penulis dapat menganalisis program kerja yang berhubungan dengan pemberdayaan masyarakat yang nantinya diberikan kepada masyarakat. Maka dari itu penulis diharapkan dapat aktif sebagai perantara dan mampu untuk mengoptimalkan aktivitas yang dapat mengembangkan pemikiran masyarakat setempat terkait menerapkan digital marketing dalam mengembangkan potensi wisata di era digitalisasi.

### Penyusunan Program Kerja

Penyusunan program kerja adalah hal selanjutnya yang akan dilakukan dengan melalui analisis hasil observasi. Penulis selanjutnya merangkai program kerja yang bertujuan untuk mengurangi permasalahan pemahaman mengenai digital marketing yang ada di Desa Biaung. Kurangnya pemahaman tentang digital marketing pada daerah tersebut menyebabkan potensi wisata di Desa ini tidak berkembang sehingga berdampak juga terhadap perekonomian dan kemajuan dari Desa Biaung ini. Dengan adanya permasalahan tersebut maka penulis akan melaksanakan program

kerja yaitu edukasi dan sosialisasi *digital marketing*.

Dengan diadakannya program ini diharapkan dapat membantu warga. Penulis mengangkat judul “Edukasi *Digital Marketing* Dalam Pengembangan Potensi Wisata Desa Biaung di Era Digital” Ide ini timbul karena masyarakat desa kurang memahami mengenai bagaimana penerapan dan pemanfaatan teknologi informasi melalui sistem *digital marketing*. Menurut penulis, penerapan system *digital marketing* dalam mengembangkan potensi wisata pada era digitalisasi ini sangat penting karena sekaligus dapat meningkatkan system perekonomian lebih cepat di Desa Biaung melalui kunjungan wisatawan baik domestic maupun mancanegara. Sehingga penulis berinisiatif mengadakan seminar edukasi *digital marketing* dalam pengembangan potensi wisata desa.

Edukasi *digital marketing* ini merupakan wujud implementasi dari pemanfaatan teknologi informasi di era digitalisasi. Program edukasi *digital marketing* ini dilaksanakan pada tanggal 17 Januari 2023. Edukasi yang diberikan, diharapkan dapat difungsikan sebagai sarana melatih kemahiran masyarakat dalam pemasaran destinasi wisata. Dengan kata lain, target dari program kerja ini adalah untuk memberikan pemahaman bagaimana strategi dalam meningkatkan pemasaran dan penjualan pada potensi wisata, serta untuk memperluas target konsumen atau meningkatkan wisatawan domestik maupun mancanegara. Masalah minimnya pemahaman penggunaan teknologi informasi harus segera diatasi. Program kerja yang berupa edukasi serta pembelajaran *digital marketing* dalam pengembangan potensi wisata Desa Biaung. Kegiatan ini melibatkan seluruh masyarakat Desa Biaung,

Kecamatan Penebel, dimana mereka berperan penting dalam membantu meningkatkan perekonomian desa serta menjaga wujud implementasi yang telah penulis berikan. Pemberian edukasi *digital marketing* ini diharapkan masyarakat setempat akan semakin mahir dalam pemasaran melalui *digital marketing* serta edukasi ini dapat berguna untuk membantu masyarakat dalam mengembangkan potensi wisata di Desa Biaung.



**Gambar 1. Penyusunan Program Kerja**  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2023)

### **Implementasi Program Kerja**

Pelaksanaan program kerja yang sudah disusun, maka program kerja ini telah dilaksanakan Pada Hari Selasa, Tanggal 17 Januari 2023 sebagai berikut :

#### **1. Sosialisasi dan Edukasi Digital Marketing dalam Pengembangan Potensi Destinasi Wisata Desa Biaung.**

Edukasi *digital marketing* ini dilakukan pada Hari Selasa, tanggal 17 Januari 2023 bertempat di Wantilan Balai Desa Biaung, Kecamatan Penebel, Kabupaten Tabanan. Sosialisasi dilakukan di Wantilan Balai Desa Biaung. Edukasi ini dilakukan dengan memberikan materi mengenai pengembangan potensi wisata di Desa Biaung melalui *digital marketing*. Dengan pemateri yaitu Bapak I Kadek Todi Astawan, S.Pd., M.Pd., yang bertujuan untuk meningkatkan perekonomian, memberikan pemahaman bagaimana strategi dalam

meningkatkan pemasaran dan penjualan pada potensi wisata, serta untuk memperluas target konsumen.



**Gambar 2. Edukasi Digital Marketing di Wantilan Balai Desa Biaung**  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2023)

#### **2. Menerapkan Digital marketing dalam Pengembangan Desa Wisata Desa Biaung.**

Penerapan system digital marketing ini dilakukan pada Hari Kamis, tanggal 19 Januari 2023. Pembuatan video *branding* bertempat di Cagar Budaya Pura Batur Sari, Cagar Budaya Pura Sri Murti, dan Pura Taman Beji Sudamala Lembah Tulis, pembuatan spot foto bertempat di banjar Pumahan Desa Biaung, Kecamatan Penebel, Kabupaten Tabanan, serta pembuatan media sosial wisata Desa Biaung. Kegiatan ini diterima dan difasilitator oleh Perbekel Desa Biaung. Kegiatan ini diterima dengan sangat antusias oleh masyarakat Desa Biaung. Penerapan system *digital marketing* ini bertujuan untuk memberikan pemahaman bagaimana strategi dalam meningkatkan pemasaran atau penjualan pada potensi wisata, dan untuk memperluas target konsumen serta meningkatkan wisatawan domestik maupun mancanegara. Adapun target program kerja penerapan *digital marketing* adalah pengelola potensi wisata di Desa Biaung, agar pengelola wisata tersebut memahami bagaimana pentingnya menerapkan *digital*

marketing dalam mengembangkan potensi wisata Desa Biaung dan mampu meningkatkan wisatawan dimana untuk membantu meningkatkan perekonomian desa.



Gambar 3. Pembuatan Spot Foto untuk di Share ke Media Sosial Desa Biaung (Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2023)

### **Faktor – faktor yang Memengaruhi Pengembangan Potensi Wisata Desa Biaung melalui Edukasi Digital Marketing.**

Ada tiga ( 3 ) Faktor yang memengaruhi pengembangan potensi wisata desa melalui edukasi *digital marketing* di Desa Biaung, yaitu antara lain :

#### **1. Sikap**

Sikap masyarakat sangat menentukan bagaimana pengembangan potensi wisata di suatu desa, apabila masyarakatnya tidak memiliki kesadaran akan pentingnya menerapkan *digital marketing* dalam mengembangkan suatu potensi wisata desa di era digitalisasi, maka otomatis akan berdampak kepada perekonomian desa yang semakin menurun dan tidak tercapainya target konsumen yang diharapkan. Maka dari itu, untuk merubah sikap dan pola pikir masyarakat Desa Biaung terutama pengelola potensi wisata desa, penulis memilih Program Kerja “Edukasi *Digital Marketing* Dalam Pengembangan Potensi Wisata Desa Biaung di Era Digital“. Dimana diharapkan program kerja ini sikap dan

pola pikir masyarakat dapat berubah, sehingga mereka lebih memahami apa itu pentingnya menerapkan *digital marketing* dalam mengembangkan suatu potensi wisata desa, serta tentunya mereka menyadari bagaimana strategi mengembangkan potensi wisata desa melalui *digital marketing* untuk meningkatkan wisatawan domestic maupun mancanegara. Selain itu, penulis juga memilih Program Kerja yang berkaitan dengan bagaimana cara mengubah sikap masyarakat agar lebih menyadari pentingnya *digital marketing*, dengan mengangkat program kerja yang berjudul “Edukasi *Digital Marketing* Dalam Pengembangan Potensi Wisata Desa Biaung di Era Digital“. Dimana, dengan program edukasi tambahan ini, pola pikir dan sikap masyarakat dapat lebih terbentuk untuk terus menerapkan *digital marketing* dalam mengembangkan potensi wisata desa dan juga dalam meningkatkan wisatawan domestic maupun mancanegara, khususnya di Desa Biaung.

#### **2. Sarana dan Prasarana**

Sarana dan prasarana memang sangat diperlukan dalam hal penerapan *digital marketing*. Maka dari itu, penulis memberikan edukasi *digital marketing* tambahan kepada masyarakat Desa Biaung. Edukasi ini bertujuan agar masyarakat memahami betapa pentingnya *digital marketing*, karena masyarakat di Desa Biaung terutama pengelola wisata Desa Biaung sangat kurang memahami bagaimana cara menerapkan *digital marketing* dalam mengembangkan potensi wisata desa dan meningkatkan wisatawan. Dengan kata lain, target penulis adalah untuk memberikan wawasan dan inovasi mengenai *digital marketing* dalam mengembangkan potensi wisata desa,

serta untuk memudahkan masyarakat dalam menyusun strategi untuk meningkatkan wisatawan melalui *digital marketing*.

### 3. Ketepatan Media Informasi

Ketepatan media informasi juga menjadi faktor penting dalam hal merubah pola pikir masyarakat, maka dari itu penulis selalu bersinergi untuk memberikan edukasi kepada masyarakat. Seperti halnya edukasi yang telah diberikan oleh penulis, yakni mengadakan sosialisasi dan edukasi *Digital Marketing* dalam pengembangan potensi wisata Desa Biaung di era digital. Diharapkan informasi sosialisasi dini yang diberikan dapat mengubah pola pikir masyarakat terutama pengelola potensi wisata Desa Biaung sejak dini untuk menerapkan *digital marketing* dalam mengembangkan potensi wisata desa, sehingga secara otomatis dapat meningkatkan kesadaran orang dewasa lainnya.

### SIMPULAN

Adanya penerapan digital marketing ini mampu memberikan edukasi kepada masyarakat Desa Biaung terkait dengan bagaimana cara mengembangkan potensi wisata desa melalui *digital marketing* di era digitalisasi, dan melakukan penerapan sistem *digital marketing* dalam mengembangkan potensi wisata Desa Biaung agar lebih dikenal luas oleh wisatawan domestik maupun mancanegara. Dengan adanya sosialisasi ataupun edukasi dari kami selaku Mahasiswa KKN (Kuliah Kerja Nyata) kepada masyarakat Desa Biaung dapat memberikan keuntungan yang besar atau dampak positif dalam mengembangkan potensi wisata desa tersebut. Selain itu juga, dengan adanya program kerja yang sudah kami

berikan dapat membantu kreativitas dan inovasi terbaru kepada masyarakat desa mengingat pada saat ini masyarakat umum kurang mengetahui bagaimana menerapkan atau mempraktekan sistem *digital marketing* untuk membranding desa mereka.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Melalui kegiatan KKN ini kelompok 2 Periode Tahun 2023-2024 mengucapkan terimakasih kepada LP2M Undiknas, Dosen Pembimbing KKN Undiknas Kepala Perbekel Desa Biaung dan warga masyarakat telah membantu jalannya acara ini.

### DAFTAR PUSTAKA

- Joseph, T. (2011). *APPS The Spirit of Digital Marketing 3.0*. Jakarta: Penerbit PT Elex Media Komputindo.
- Kotler, P., & Kevinlane, K. (2006). *Marketing Management*. International edition: Pearson Publihed
- Kurnianti, A. W. (2018). *Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Sebagai Penggerak Desa Wisata Kabupaten Wonosobo Provinsi Jawa Tengah*. *Jurnal Riset Komunikasi*, 180-190.