

PENGEMBANGAN DESA WISATA EDUKASI INTERNET MARKETING DENGAN COMMUNITY BASED TOURISM DI KECAMATAN WAY RATAI, PESAWARAN, LAMPUNG

M. Ariza Eka Yusendra¹, Sutedi², Susanti¹, Firmansyah Y Alfian¹

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya

²Fakultas Ilmu Komputer, Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya

e-mail: arizaeka@darmajaya.ac.id, sutedi@darmajaya.ac.id, susanti@darmajaya.ac.id

Abstrak

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini bertujuan untuk bertujuan untuk mengembangkan suatu daya saing kepariwisataan yang berkelanjutan dengan menggunakan model Community based Tourism (CBT) sebagai salah satu inisiatif strategi wisata yang mampu mengakomodir keuntungan ekonomi, sosial, budaya dan lingkungan disuatu destinasi wisata. Model CBT yang ditawarkan adalah dengan mengkonvergensi *Adventure Travel*, *Cultural Tourism*, *Ecotourism* dan *Collaborative Information Technology* menjadi satu kesatuan layanan kepariwisataan yaitu Desa Wisata Edukasi Internet Marketing. Selain itu juga prinsip-prinsip SD- Logic juga dikedepankan dimana pada saat pengembangan desa wisata, tim pengabdian selalu melakukan kolaborasi dengan banyak pihak termasuk mencari tim penggerak atau *local hero* daerah yang memiliki kekuatan untuk memobilisasi dan menginspirasi masyarakat. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini terbagi menjadi tiga tahap yaitu (1) Pemetaan Bentang Potensi Desa, (2) Pengembangan Orientasi Kepariwisataan dan Kewirausahaan, (3) Pengembangan Mindset, Skill dan Penguasaan Tools Digital Economy, yang dibagi menjadi 6 kegiatan utama, dan kesemuanya bisa terlaksana serta mendapatkan hasil yang baik dari sisi peningkatan pengetahuan dan keahlian. Hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah, Konsep desa wisata edukasi internet marketing dengan community based tourism dapat diterima dan mulai diimplementasikan di desa lokus walaupun masih perlu pendampingan lebih lanjut dan perlu melibatkan stakeholder pentahelix lainnya, Desa wisata juga perlu mengedepankan pengembangan paket wisata, dibandingkan penjualan tiket untuk masuk ke obyek wisata, karena lebih menguntungkan dan mampu mengendalikan eksternalitas dunia pariwisata dan untuk dapat efektif mengimplementasikan desa wisata edukasi internet marketing diperlukan tim penggerak awal yang akan menjadi local hero untuk dapat merubah mindset masyarakat desa. Kedepannya tim PkM IIB Darmajaya bersama dengan stakeholder terkait akan secara kolaboratif dan partisipatif membentuk masterplan kepariwisataan desa lokus sehingga dapat dijadikan pedoman arah pengembangan desa wisata.

Kata kunci: kewirausahaan kampus, ekonomi kreatif, tenant mahasiswa, PPK DRPM Kemenristekdikti

PENDAHULUAN

Salah satu daerah yang saat ini memiliki kebijakan aktif untuk memajukan kinerja kepariwisataannya adalah Kabupaten Pesawaran yang berada di Lampung Bagian Selatan. Inisiatif strategis ini muncul karena kabupaten yang terdiri dari 37 pulau ini memiliki destinasi wisata yang lengkap, dimana kita bisa menemukan wisata bahari, wisata pergunungan dan air terjun serta wisata perkebunan atau agrowisata. Obyek wisata ternama yang bertempat di Kabupaten Pesawaran adalah Pulau Pahawang, Pulau Legundi, Pulau Wayang, Pulau Mahitam, Pantai Mutun, Pantai Sari Ringgung dan berbagai macam destinasi wisata yang lainnya – dimana cukup terkenal sampai ke level nasional. Data dari

Kabupaten Pesawaran, pertumbuhan kunjungan wisatawan khususnya wisatawan domestik ke obyek wisata di sekitar pesawaran mencapai 15 %, dimana pada tahun 2019 ada 928.500 wisatawan domestik yang berkunjung ke Pesawaran. Karena itu tidak mengherankan, tahun 2025 Kabupaten Pesawaran menargetkan menjadi “Pesawaran Bumi Wisata Lampung”. Saat ini program pengembangan pariwisata oleh pemerintah Kabupaten Pesawaran mulai difokuskan pada pengembangan wisata alam di pedesaan, di mana diketahui bahwa Kabupaten Pesawaran memiliki 11 Kecamatan dan 144 Desa, dan beberapanya diharapkan menjadi desa wisata unggulan. Akan tetapi yang perlu diperhatikan adalah, pada saat kita berbicara tentang pengelolaan desa wisata, sangat berbeda sekali dengan pengelolaan pada obyek wisata. Hal ini dikarenakan pada saat kita mengelola desa wisata, perlu dipastikan bahwa pengembangan pariwisata berbasis pemberdayaan masyarakat menjadi dasarnya dan target akhir dari pengelolaan ada destinasi wisata yang daerah yang berkelanjutan, karena desa wisata mensyaratkan peningkatan kesejahteraan masyarakat, pelestarian budaya dan alam hayati di desa – Konsep Desa Wisata dengan *Community Based Tourism* yang berkelanjutan (Agfianto, Antara, & Suardana, 2019).

Salah satu daerah yang memiliki potensi untuk dapat mengimplementasikan konsep CBT tersebut adalah Kecamatan Way Ratai karena memiliki banyak desa yang memiliki potensi wisata tinggi berikut nilai gotong royong, budaya dan kecintaan alamnya yang tinggi. Kecamatan Way Ratai terdiri dari 10 desa yaitu Desa Gunung Rejo, Desa Mulyosari, Desa Poncorejo, Desa Ceringin Asri, Desa Wates, Desa Sumberjaya, Desa Bunut Sebrang, Desa Bunut, Desa Pesawaran Indah, Desa Harapan Jaya. Kecamatan Way Ratai memiliki banyak sekali potensi wisata yang belum dikelola dan dipromosikan dengan baik. Salah satu potensi wisata yang dimiliki adalah pesona alam yang indah dalam bentuk air terjun dan sungai-sungai yang jernih melewati desa-desa. Permasalahan yang dihadapi oleh kepariwisataan alam di Kecamatan Way Ratai ini adalah kurang tereksposnya kekayaan wisata alam tersebut, sehingga tidak banyak wisatawan yang tahu akan keindahan kawasan wisata di desa-desa Kecamatan way Ratai, sehingga banyak wisatawan yang ingin berwisata air terjun lebih memilih pergi ke Way Kanan yang jaraknya lebih jauh karena informasi yang terbatas akan keunggulan pariwisata. Kecamatan Way Ratai juga memiliki kekayaan budaya yang beragam. Desa ini memiliki struktur penduduk yang berasal dari berbagai suku. Mayoritas penduduk Kecamatan Way Ratai berasal dari suku Lampung, akan tetapi ada juga suku Jawa, Bali, dan Sunda yang hidup berdampingan secara harmonis. Ada beberapa acara budaya menarik yang biasa diselenggarakan– biasanya dipamerkan pada saat acara kemerdekaan, yaitu pagelaran silat lampung, kuda lumping dan pawai topeng sekuraan. Kegiatan ini merupakan acara khas yang tidak banyak masyarakat di sekitar Provinsi Lampung dan luar yang tahu, bahkan mulai banyak yang melupakan festival budaya tersebut, sehingga lambat laun pelaku seni budaya tersebut mulai sedikit demi sedikit berkurang. Selain itu juga, di Kecamatan Way Ratai juga masih memiliki banyak rumah-rumah panggung khas Lampung yang tentunya menarik untuk dikunjungi. Sama peserti elemen-elemen kepariwisataan lainnya, sayangnya keberadaan rumah-rumah panggung ini tidak dapat dimanfaatkan oleh desa secara strategis untuk menjadi obyek wisata budaya. Untuk bidang pertanian, Kecamatan Way Ratai juga memiliki variasi tanaman yang banyak seperti tanaman hortikultura seperti timun, terong, cabai dan lainnya dan tanaman perkebunan seperti cokelat. Kedua kondisi ini memungkinkan bagi masyarakat desa untuk dapat membuat wisata agronomi. Akan tetapi karena tidak banyak yang memiliki kesadaran untuk mem-pariwisatakan daerahnya, bidang-bidang tersebut hanya dilakukan sebagai mata pencaharian saja tanpa memberikan perhatian khusus pada sektor kepariwisataan.

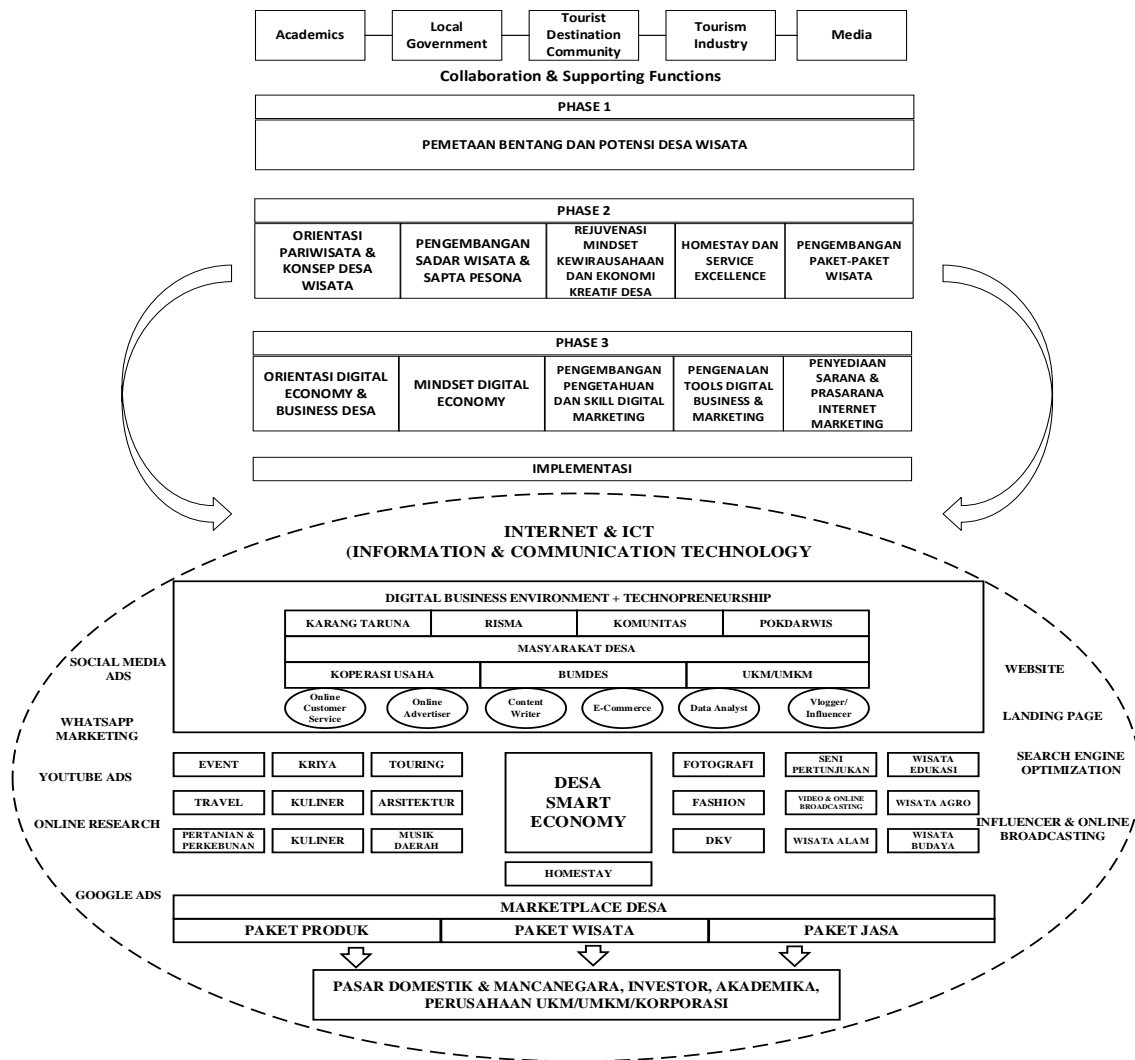
Walaupun memiliki banyak sekali potensi kepariwisataan, kondisi perekonomian pedesaan di Kecamatan Way Ratai dapat dikatakan belum sejahtera. Masyarakat pedesaan hanya memanfaatkan alam saja untuk melangsungkan hidup mereka. Rata-rata hasil pertanian dan perkebunan mereka digunakan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari/konsumsi sendiri bukan untuk di perjual belikan. Sedangkan hasil tani hortikultura yang dijual biasanya tidak langsung dibawa kepasar, akan tetapi diberikan kepada tengkulak untuk disalurkan dan dibeli dengan harga yang rendah, karena kurangnya pengetahuan petani akan pasar. BUMDES (Badan Usaha Milik Desa) juga tidak berbuat banyak karena belum sepenuhnya berjalan dan juga masyarakat merasa belum memiliki kepentingan untuk mempergunakan BUMDES – dari hasil identifikasi yang dilakukan pada saat KKN/PKPM IIB Darmajaya, BUMDES di daerah Kabupaten Pesawaran Lampung belum dikonsept dengan model bisnis yang jelas, sehingga belum dapat menjalankan fungsinya dengan baik. Hal ini mengakibatkan fungsi

BUMDES disetiap desa di Kecamatan Way Ratai belum mampu untuk menyediakan lapangan pekerjaan sehingga angkatan kerja di desa hanya memiliki pilihan profesi yang berkutat hanya bertani, nelayan atau berdagang secara lokal di desa saja atau lebih memilih ke kota untuk bekerja – kondisi *stereotype* desa yang banyak ditemui. Walaupun begitu, pada saat observasi didapatkan bahwa anak-anak muda di Kecamatan Way Ratai sangat aktif dalam kegiatan rutin kemasyarakatan. Tidak hanya itu perkumpulan Karang Taruna dan RISMA mereka cukup aktif untuk melakukan kegiatan-kegiatan terutama sekali pada saat bulan Agustus 2020, dimana secara mandiri mereka menginisiasi perlombaan-perlombaan untuk memeriahkan pesta kemerdekaan di setiap desa. Apabila ada suatu program pemberdayaan kemasyarakatan yang progresif – yang mampu membuat para anak muda berdaya, memiliki penghasilan tetap dan menyumbang pengembangan desa, tentunya keaktifan para anak muda desa-desa di Kecamatan Way Ratai menjadi salah satu modal yang penting.

Berdasarkan analisis situasi tersebut apabila Kabupaten Pesawaran ingin mengembangkan desa wisata, maka diperlukan pemberdayaan masyarakat desa secara kolaboratif dengan pihak-pihak luar dan stakeholder lain dalam pengembangan sosial ekonominya, terutama sekali melalui transfer teknologi dari perguruan tinggi sebagai salah satu agen perubahan. Pengembangan sosial, budaya dan ekonomi desa dapat memanfaatkan konsep CBT (*Community Based Tourism*) untuk dapat lebih berdaya dan memiliki keunggulan kompetitif (Chaudhary & Lama, 2015). Konsep CBT yang ditawarkan adalah dengan mengkonvergensi *Adventure Travel, Cultural Tourism, Ecotourism* dan *Collaborative Information Technology* menjadi satu kesatuan layanan kepariwisataan yaitu Desa Wisata Edukasi Internet Marketing. Konsep Desa Wisata Edukasi Internet Marketing ini merupakan konsep baru di pengembangan desa wisata karena mengkolaborasi kekayaan lokal dan kemajuan teknologi digital. Dari hasil observasi didapatkan banyak sekali anak muda yang sudah melek internet bahkan membuat beberapa komunitas digital influencer secara independen. Mereka juga memiliki ketertarikan khusus untuk dapat menguasai ilmu digital marketing, terutama sekali untuk mempromosikan tempat-tempat usaha yang mereka miliki. Dengan menggunakan konsep Desa Wisata Edukasi Internet Marketing, desa wisata selain dapat mempromosikan paket-paket wisatanya, mereka dapat membantu UMKM yang ada didesa agar mendapatkan jangkauan pasar yang lebih luas (Woldu & Coetzee, 2018). Tidak hanya itu, desa wisata edukasi internet marketing ini nantinya bisa berkembang menjadi desa hub di daerahnya untuk mempelajari efektifitas penggunaan internet marketing yang diimplementasikan di banyak bidang, sehingga nantinya akan dapat dimunculkan jargon “*Serunya Belajar Internet Marketing di Desa Wisata*”

METODE

Metode Untuk dapat mencapai tujuan dan sarannya tim Pengabdian Kepada Masyarakat (PkM) IIB Darmajaya akan menggunakan metode pelaksanaan kolaborasi yang terdiri dari 3 tahapan utama, seperti yang tersaji pada Gambar 1. Kegiatan PkM Pengembangan Desa Wisata Edukasi Internet Marketing Dengan *Community Based Tourism* Di Pesawaran, Provinsi Lampung akan dilaksanakan melalui 3 tahapan dimana sebelum dimulai tim PkM IIB Darmajaya perlu berkolaborasi terlebih dahulu dengan beberapa pihak pentahelix. Dari hasil studi didapatkan bahwa pengembangan desa wisata tidak bisa dikembangkan secara efektif apabila kesemua pentahelix tidak bisa bekerja secara berkolaborasi (Zadeh Bazargani & Kiliç, 2021). Pemerintah berperan untuk dapat memberikan jejaring pasar, bisnis dan pengembangan desa wisata, Media diharapkan mampu sebagai corong informasi kepada khalayak sekaligus kontrol apabila pengelola desa wisata bertindak terlalu jauh, akademisi diharapkan mampu untuk memberikan sumbangsih ilmu pengetahuan, penelitian dan pengabdian masyarakat yang mutakhir – bahkan beberapa desa wisata sangat antusias pada program Kampus Merdeka yang mereka anggap akan mampu menyuntikkan darah segar pada inovasi-inovasi kepariwisataan di desa wisata, Swasta Perusahaan diharapkan untuk mampu memberikan bantuan seperti CSR, penciptaan akses pasar hingga mitra pendamping untuk mengembangkansustainabilitas desa wisata, dan masyarakat desa wisata merupakan agen penggerak dan pelaku wisata itu sendiri (Augustin & Liaw, 2017).



Gambar 1. Metode Pelaksanaan dan Rencana Output PkM Desa Wisata Edukasi

Tahap 1. Pemetaan Bentang Potensi Desa

Tahap awal untuk pengembangan desa wisata edukasi internet marketing adalah dengan melakukan pemetaan bentang potensi desa. Pemetaan potensi dilakukan melalui observasi dan identifikasi potensi-potensi yang dapat dikembangkan di desa lokus – Ceringin Asri dan Gunungrejo dengan melihat bentang alam, sosial budaya, ekonomi dan kesiapan teknologi. Dari beberapa aspek tersebut maka bisa dikaji potensi desa yang memiliki peluang (pasar) dan warga desa bisa mengolahnya (kompetensi) yaitu dengan mencermati bentang manusia dan bentang lingkungan dimana untuk menciptakan desa wisata yang berbasis pemberdayaan masyarakat jangan lupa untuk memperhatikan kelestarian lingkungan (Font, English, Gkritzali, & Tian, 2021). Pemetaan bentang ini nantinya akan menjadi dasar penyusunan strategi dasar dan lanjutan desa wisata.

Tahap 2. Pengembangan Orientasi Kepariwisata dan Kewirausahaan

Pada tahap kedua desa lokus akan dibimbing untuk mampu memiliki orientasi kepariwisataan, paham akan konsep sadar wisata dan sapta pesona, menumbuh-kembangkan semangat dan orientasi wirausaha masyarakat desa dengan berbasiskan ekonomi kreatif, mampu memetakan potensi pariwisata daerahnya, mengerti pentingnya homestay dalam konstelasi pengembangan desa wisata dan mampu menyusun program dan paket wisata CBT(Shafiee, Rajabzadeh Ghatari, Hasanazadeh, & Jahyan, 2019). Kegiatan ini disebut sebagai pengembangan orientasi kepariwisataan. Tahapan ini penting untuk dilakukan karena diperlukan edukasi pariwisata terlebih dahulu kepada masyarakat agar dapat

terinternalisasi kenapa harus membentuk desa wisata dan manfaat-manfaat yang akan dibentuknya. Tim pengabdian akan memberikan terlebih dahulu dasar-dasar pengetahuan tentang kepariwisataan kepada masyarakat desa lokus yang mungkin belum sepenuhnya sadar akan pentingnya pariwisata dan cara mengelola sumber daya wisatanya (Mastika, 2018). Tahap selanjutnya Tim PkM IIB Darmajaya akan melakukan internalisasi semangat kewirausahaan dan ekonomi kreatif kepada masyarakat desa yang merupakan tahapan penting untuk dilakukan karena mampu mempertajam daya kreatifitas desa untuk selalu mencari terobosan baru dalam berbagai program pariwisatanya – karena industri pariwisata merupakan industri yang sangat volatile dan membutuhkan produk-produk wisata baru untuk memuaskan wisatawan dengan cara yang sustainable (Agfianto et al., 2019). Setelah internalisasi tentang orientasi kepariwisataan dan kewirausahaan telah dilakukan, tim pengabdian akan membentuk tim sukses desa wisata yang terdiri dari anak-anak muda dari Karang Taruna, RISMA dan organisasi berbasis pemuda lainnya. Mereka dipilih karena biasanya anak muda lebih mudah untuk menerima perubahan dan cepat belajar hal-hal yang baru (Pujiningrum Palimbunga, 2018). Diharapkan tim sukses yang terdiri dari anak muda akan dapat mempengaruhi generasi yang lebih tua dan masyarakat desa lainnya.

Tahap 3. Pengembangan Mindset, Skill dan Penguasaan Tools Digital Economy

Tahap ketiga dalam pengembangan desa wisata edukasi internet marketing adalah pengembangan mindset, skill dan penguasaan *digital economy tools*. Secara bertahap tim sukses yang terdiri dari agen penggerak muda akan dilatihkan untuk memiliki orientasi *digital economy & business* dengan memanfaatkan potensi-potensi desa. *Mindset digital economy* ini penting karena untuk menanamkan kepada masyarakat betapa pentingnya teknologi digital yang dapat digunakan sebagai *leverage* kemajuan desa dan mempromosikan kegiatan wisata (Lee & Jan, 2019).

Setelah *mindset digital economy* berhasil ditanamkan, maka masyarakat desa perlu dilatih secara behavioristik beberapa skill dan penguasaan tools yang diperlukan dalam digital marketing (Mastika, Sasongko, Pramono, Julianto, & Wahyuni, 2019). Beberapa paket pelatihan internet seperti pengembangan dan pengelolaan website desa, penerapan *social media marketing*, *online research*, penggunaan *search engine optimization* dan penciptaan *digital & online influencer* akan diberikan dari tim PkM IIB Darmajaya kepada masyarakat yang diwakili oleh tim penggerak.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pemetaan Bentang Potensi Lokus Desa

Pemetaan bentang potensi lokus desa dilakukan oleh tim PkM IIB Darmajaya bekerjasama dengan lokus desa untuk dapat mengenali berbagai kekuatan dan peluang-peluang yang dimanfaatkan desa untuk menjadi desa wisata edukasi. Kegiatan ini dilakukan selama 3 hari mulai dari tanggal 14 – 16 Desember 2021 di dua desa lokus desa Ceringin Asri dan desa Gunungrejo. Pada kegiatan pemetaan didapatkan bahwa desa-desa lokus memiliki potensi kepariwisataan yang tinggi berupa air terjun kembar untuk di desa Ceringin Asri dan Air Terjun Anglo di desa Gunungrejo. Tidak hanya itu, desa-desa ini juga memiliki komoditas tanaman kebun cokelat yang memiliki gapoktan yang aktif untuk pengelolannya. Topografi desa-desa lokus didominasi juga oleh lahan pertanian yang ditanami oleh tanaman padi dan berbagai macam tanaman hortikultura sehingga sangat cocok untuk wisata agro. Dari segi sosial budaya desa-desa lokus juga memiliki keragaman unik mulai dari acara hadroh islami, festival sekuraan hingga jaran kepong. Keorganisasian kepemudaan juga berjalan sangat aktif mulai dari Karang Taruan, Risma bahkan mereka memiliki komunitas-komunitas vlogger independent yang rutin upload konten digital ke media sosial youtube. Dari hasil observasi juga didapatkan bahwa banyak lokasi diderah desa lokus yang masih blank spot dan memiliki konektivitas internet yang lemah. Pengabdian. Berdasarkan hasil survei dan observasi, tim PkM IIB Darmajaya menyimpulkan bahwa desa lokus – Desa Ceringin Asri dan Desa Gunungrejo, Pesawaran, Lampung memenuhi syarat-syarat untuk dikembangkan menjadi desa wisata edukasi.



Gambar 2. Kegiatan Pemetaan Bentang Potensi Desa Wisata

2. Pelatihan Orientasi Kepariwisataaan dan Pembuatan Paket Wisata

Pelatihan orientasi kepariwisataan dan pembuatan paket wisata dilaksanakan pada tanggal 17 Desember 2021 dari jam 09.00 sd 16.00, di desa Ceringin Asri dengan pembicara adalah M. Ariza Eka Yusendra S.P., M.M dari IIB Darmajaya dan dibantu oleh Bpk. Ghino sebagai salah satu tokoh penggerak pariwisata dari desa Ceringin Asri. Peserta kegiatan ini berasal dari beberapa desa yaitu Ceringin Asri, Gunungrejo, Mulyosari dan Harapan Jaya berjumlah 20 orang.



Gambar 3. Kegiatan Pelatihan Pengembangan Desa Wisata dan Paket-Paket Wisata

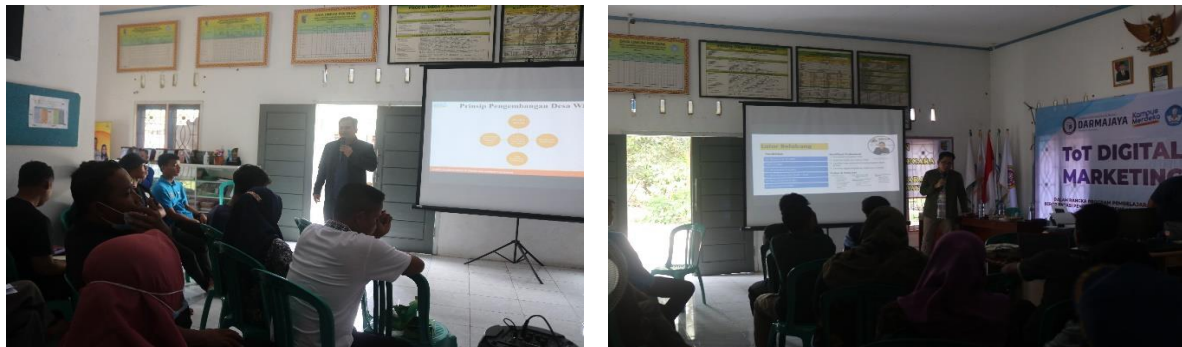
Pada kegiatan ini M. Ariza Eka Yusendra S.P., M.M menerangkan tentang konsep desa wisata yang dibangun melalui pemberdayaan masyarakat desa dan bagaimana manfaat-manfaatnya bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat desa. M. Ariza Eka Yusendra juga menekankan bahwa kepedulian, keterlibatan dan pembelajaran masyarakat penting bagi pengembangan desa wisata karena mampu mengontrol arah desa wisata untuk dapat berkontribusi pada kehidupan sosial, perekonomian setempat, dan komitmen pada pelestarian budaya dan pembangunan yang berkelanjutan lingkungan. Pada pelatihan ini juga diberikan bagaimana konsep dan manajemen homestay yang baik sehingga mampu membuat wisatawan merasa nyaman dan mau memperpanjang masa mukim mereka di desa wisata untuk menikmati paket-paket yang telah disiapkan. Beliau juga menekankan peranan penting homestay tidak hanya untuk menginap akan tetapi menjadi unsur utama wisata, pembelajaran budaya dan penciptaan keluarga baru antara wisatawan dan masyarakat di desa wisata.

Selain orientasi kepariwisataan, M. Ariza Eka Yusendra juga mengajarkan bahwa desa wisata hendaknya tidak terpaku pada penjualan tiket- masuk ke obyek-obyek wisata saja akan tetapi lebih mengedepankan paket-paket wisata yang membuat para wisatawan untuk bisa belajar budaya, interaksi sosial serta nilai-nilai desa lokus. Selain itu penawaran paket-paket wisata juga lebih menguntungkan desa wisata dibandingkan penjualan tiket. Apabila tiket masuk ke obyek wisata biasanya hanya berkisar Rp. 10.000 – Rp. 15.000, paket wisata mampu dijual hingga Rp. 300.000 – Rp. 450.000 dengan memperhitungkan biaya tetap, variabel dan overhead wisata. Untuk lebih membuat para peserta memahami bagaimana membuat paket wisata, maka M. Ariza Eka Yusendra mengajarkan secara

langsung bagaimana membuat paket wisata dengan menggunakan potensi-potensi yang ada di desa lokus Ceringin Asri dan Gunungrejo.

3. TOT Internet Marketing dan Bisnis Digital Desa Wisata

Training of Trainers Internet Marketing dan Bisnis Digital Desa Wisata dilaksanakan pada hari Sabtu tanggal 18 Desember 2021 di balai desa ceringin asri dari jam 09.00 sd 16.00. Mentor TOT Internet marketing adalah M. Ariza Eka Yusendra S.P., M.M dan Hidayatullah S.E., M.Si. M.Kom., Ak., CA., CPA., CIISA., CDMP yang dihadiri 25 peserta dari desa Ceringin Asri, Gunungrejo dan Harapan jaya.



Gambar 5. Kegiatan TOT Digital Marketing

Pada pelatihan ini Tim PkM memberikan TOT dimana targetnya agar para pengelola desa wisata mampu menguasai internet marketing dan bisnis digital untuk bisa digunakan melatih para wisatawan atau mitra yang ingin belajar terkait dengan internet marketing/bisnis yang dilakukan secara digital. M. Ariza Eka Yusendra S.P., M.M memberikan rancang bangun utama agar desa lokus bisa menjadi hub untuk pelatihan internet marketing bagi desa-desa sekitar di way ratai secara khusus dan luasnya per klaster kabupaten pesawaran untuk memperkuat perekonomian desa dan daerah melalui perluasan pasar. Beliau juga memperkenalkan Desa Wisata Edukasi Internet Marketing kepada pengelola desa wisata berikut strategi pencapaian dan manfaat-manfaat yang bisa didapatkan dari model wisata edukasi ini sekaligus memperkenalkan jargon “*SERUNYA BELAJAR INTERNET MARKETING DI DESA WISATA*”. Secara komprehensif format desa internet marketing diperkenalkan pada gambar 4.7 berikut.



Gambar 5. Format Desa Wisata Edukasi Internet Marketing

Pemateri kedua yaitu Hidayatullah S.E., M.Si. M.Kom., Ak., CA., CPA., CIISA., CDMP lebih menekankan pelatihan *skill* dan penguasaan *tools* dari internet marketing secara praktis kepada para peserta TOT. Dalam waktu yang cukup singkat, narasumber memberikan skill bagaimana melakukan branding di media online baik menggunakan website, landingpage atau di social media. Beliau juga mengajarkan kepada para peserta bagaimana melakukan iklan di facebook, instagram dan google baik secara organik maupun berbayar sekaligus strategi melakukan optimasi kampanye pemasaran online dengan menggunakan *Search Engine Optimization* (SEO-Yoast), *Content Marketing* dan *Google Analytics*.

Tidak hanya mengajarkan skill dan tools internet marketing, Hidayatullah S.E., M.Si. M.Kom., Ak., CA., CPA., CIISA., CDMP juga mengajarkan kepada para peserta bagaimana mengembangkan bisnis yang berbasis online – karena bisnis digital dan digital marketing sebenarnya seperti dua muka mata uang, saling bersinggungan. Beliau mengajarkan bagaimana hobi yang sederhana seperti fotografi dan videografi dapat dimasukkan kedalam youtube, vidio, facebook, dailymotion amazon atau vimeo untuk mendapatkan passive income. Mengajarkan bagaimana bermitra dengan sahabatdropshipper.com, reesldropship.com dan layanan sejenis untuk memulai bisnis dropship hingga menjadi *voice over talent* dan memanfaatkan *affiliate marketing* untuk mendapatkan uang tambahan bagi generasi millennial. Beliau juga mengajarkan secara singkat kepada peserta bagaimana menjadi *web developer* tanpa menggunakan koding melalui pelatihan wordpress dan elementor, sehingga para peserta membuat website dalam bentuk drag & drop saja. Walaupun begitu karena keterbatasan waktu, tim PkM masih merasa perlu bahwa TOT digital marketing ini perlu dilakukan berulang-ulang untuk dapat membiasakan pengelola desa edukasi internet marketing.

4. Pelatihan Kewirausahaan dan Pengembangan Ekonomi Kreatif Desa

Pelatihan Kewirausahaan dan Pengembangan Ekonomi Kreatif Desa dilakukan oleh Susanti S.E., M.M dan Alia Taurusina S.E., M.M pada tanggal 19 Desember 2021 di desa ceringin asri yang dihadiri oleh 25 peserta dari desa ceringin asri.



Gambar 6. Kegiatan Ekonomi Kreatif Desa Wisata

Pada kegiatan ini kedua narasumber lebih menekankan pentingnya kewirausahaan dan ekonomi kreatif untuk mendukung tumbuh kembangnya dan penciptaan nilai di desa wisata. Narasumber Alia Taurusina S.E.M.M juga mengulangi kembali bagaimana pembuatan paket-paket wisata, akan tetapi dengan memasukkan subsektor-subsektor ekonomi kreatif didalamnya.

5. Penyediaan Sarana & Prasarana Pendukung Internet Marketing

Desa Wisata Edukasi Internet Marketing yang akan dibentuk oleh Tim PkM IIB Darmajaya dan masyarakat desa lokus memiliki positioning “SERUNYA BELAJAR INTERNET MARKETING DI DESA WISATA” hal ini berarti para wisatawan – baik itu masyarakat umum, UMKM, Bumdes, profesional atau pengurus desa, bisa belajar internet marketing di desa wisata. Karenanya sarana dan prasarana pendukung pembelajaran internet marketing perlu dibangun untuk memastikan bahwa kegiatan pembelajaran internet marketing di desa wisata dapat berjalan lancar. Untuk itu tim PkM IIB

Darmajaya yang dipimpin oleh Dr. Sutedi S.Kom., M.TI melakukan analisis kebutuhan teknologi desa terlebih dahulu selama 4 hari. Tim PkM IIB Darmajaya kemudian membantu penyediaan beberapa sarana pendukung pembelajaran internet marketing seperti: modem dan solar cell yang akan dipasang di beberapa titik obyek wisata dan LCD, Screen, Soundsystem serta TV + bracket portable yang nantinya akan dimanfaatkan sebagai sarana pembelajaran. Sarana dan prasarana pembelajaran internet marketing tersebut diserahkan secara simbolik pada saat Seminar Pengembangan Desa Wisata di era New Normal dan modem langsung dipasang di obyek wisata dan kantor desa



Gambar 7. Bantuan Sarana dan Prasarana Pembelajaran Internet Marketing

Selain perangkat perangkat keras, Tim PkM IIB Darmajaya dan tim penggerak wisata desa lokus secara bersama-sama membuat website desa wisata yang nantinya akan berisikan paket-paket wisata yang menjadi unggulan dari desa wisata. Selain itu juga paket wisata pembelajaran internet marketing yang telah dibentuk pada waktu pelatihan-pelatihan sebelumnya akan ditampilkan pada website, kemudian akan dipromosikan melalui advertising online seperti facebook ads, instagram ads dan google ads

6. Seminar Pengembangan Desa Wisata di Era New Normal

Setelah kegiatan-kegiatan pelatihan, kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilanjutkan dengan Seminar Pengembangan Desa Wisata Di Era New Normal yang diadakan pada hari senin, tanggal 20-21 Desember 2021 di hotel horizon Lampung. Kegiatan seminar ini dimulai pada jam 10.00 sd jam 15.00 dimana mengundang para penggiat-penggiat muda dari beberapa desa lokus seperti Ceringin Asri, Gunungrejo dan Harapan Jaya. Terdapat 3 materi yang diberikan yaitu: (1) Peluang dan Tantangan dunia pariwisata di era New Normal, (2) Pelatihan Sadar Wisata dan Sapta Pesona, (3) Pengenalan Digital Tourism Marketing via Sosial Media. Ketiga materi ini lebih banyak membicarakan strategi dan penguatan materi-materi sebelum dengan penambahan sosialisasi Sadar Wisata dan Sapta Pesona untuk memberikan pengertian service excellence di dunia pariwisata kepada para tim penggerak dan penggiat muda desa wisata lokus. Narasumber dari kegiatan seminar adalah Dr. Ir. Firmansyah Y Alfian M.B.A., M.Sc, rektor IIB Darmajaya, Aliya Taurusina S.E.MM Dari dinas pariwisata, dan Dedi Sulaimawan S.H., MM, *digital influencer* dan penggiat wisata.



Gambar 8. Seminar Pengembangan Daya Tarik Desa Wisata Di Era New Normal

Rektor IIB Darmajaya yang juga merupakan pelaku dunia usaha dan pariwisata memberikan materi terkait dengan Peluang dan Tantangan dunia pariwisata di era New Normal. Beliau menekankan bahwa dunia pariwisata saat ini tidak lagi sama akibat pandemi covid19. Perhatian wisatawan pada destinasi wisata yang sehat dan ramah lingkungan menjadi sangat penting bagi mereka apabila ingin tetap *survive* di era new normal. Beliau juga memberikan kunci utama agar dunia pariwisata dapat bertahan di era new normal yaitu harus dapat berinovasi, beradaptasi dan berkolaborasi. Hal ini mengandung arti bahwa desa wisata untuk dapat mengembangkan daya tariknya tidak bisa tidak harus berkolaborasi dengan berbagai pihak – terutama sekali pentahelix. Beliau juga menyarankan bahwa setiap desa wisata juga perlu memperhatikan *contingency plan* dan mitigasi bencana karena dunia pariwisata sangat terkait dengan bencana-bencana alam sehingga perlu diantisipasi dampak merusaknya seperti pandemi penyakit, banjir ataupun gunung meletus.

Narasumber kedua juga tidak kalah menariknya. Aliya Taurusina S.E., M.M dari dinas pariwisata dan juga assesor pemandu wisata Indonesia juga memberikan sosialisasi dan penguatan sadar wisata, saptapesona sekaligus pelayanan prima kepada para tim penggerak muda dari desa wisata. Beliau menerangkan bahwa desa wisata perlu untuk mengedepankan unsur saptapesona yang terdiri dari (1) Aman, (2) Tertib, (3) Bersih, (4) Sejuk, (5) Indah, (6) Ramah Tamah, dan (7) Kenangan. Apabila pengelola desa wisata sudah menjunjung nilai-nilai tersebut maka sadar wisata akan tercipta dimana konsep partisipasi dan dukungan dari segenap komponen masyarakat dalam mendorong terwujudnya iklim yang kondusif bagi tumbuh dan berkembangnya kepariwisataan disuatu wilayah karena bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Selain itu beliau juga mengajarkan Pelayanan Prima yang beliau definisikan pengelola desa wisata harus senantiasa ramah, sopan, memiliki penampilan yang baik, suka memberi maaf, senang memuji dan rajin menyapa. Pelayanan prima seperti ini tentunya akan memberikan kedekatan emosional kepada wisatawan yang berkunjung

Narasumber ketiga juga tidak kalah menarik dimana Dedy Sulaimawan S.H. M.M atau biasa dipanggil Dedi Traveller memberikan materi terkait dengan digital tourism marketing. Beliau mampu membakar semangat para pengelola desa wisata muda bahwa menjadi influencer untuk memasarkan suatu layanan itu mudah. Kuncinya adalah percaya diri, memiliki komitmen dan konsisten untuk membuat konten – membuat kontennya pun tidak harus menggunakan peralatan yang canggih akan tetapi bisa menggunakan smartphone, yang harus diviralkan melalui media sosial. Beberapa pengelola bahkan diajak untuk membuat video bersama untuk membiasakan membuat konten.



Gambar 9 Kolaborasi Digital Influencer & Pengelola Desa Wisata

Sama seperti pelatihan-pelatihan sebelumnya, efektifitas materi digital tourism marketing juga senantiasa diukur dengan menggunakan metode pre-test dan post-test, dimana hasilnya pemahaman dan keberanian peserta seminar meningkat secara signifikan seperti yang digambar pada Gambar 4.15

SIMPULAN DAN IMPLIKASI

1. Masyarakat dan pengelola wisata desa lokus – Desa Ceringin Asri dan Desa Gunungrejo, mulai mengetahui manfaat pengembangan destinasi wisata dengan model *Community based Tourism* yang lebih mengedepankan keterlibatan dan keutamaan distribusi kesejahteraan masyarakat. Tidak hanya itu, konsep CBT saat ini berkembang menjadi pengembangan wisata yang berkelanjutan sehingga tidak hanya membahas pelibatan masyarakat akan tetapi memperhatikan keseimbangan antara sosial budaya serta kelestarian lingkungan. Sehingga konsep CBT yang diusung oleh tim peneliti mampu menjawab beberapa eksternalitas dunia pariwisata dari aspek ketimpangan sosial, luntarnya sosial budaya setempat, kebersihan hingga ketergantungan ekonomi.
2. Melalui kegiatan pengabdian ini, prinsip SD-Logic diperkenalkan kepada masyarakat desa lokus sehingga mampu membentuk tim penggerak atau *local hero* yang nantinya akan menginisiasi pengembangan desa wisata secara organik. Tidak hanya itu, desa lokus juga akhirnya sadar bahwa dalam pengembangan desa wisata tidak bisa dilakukan hanya sendiri akan tetapi memerlukan kolaborasi dengan berbagai pihak – terutama sekali pentahelix pembangunan: pemerintah, akademisi, swasta, media dan masyarakat, sehingga mereka akhirnya telah bersiap membuka diri dengan pihak-pihak lain untuk dapat mengembangkan desa wisata secara efektif.
3. Masyarakat dan pengelola desa wisata juga mampu mempelajari bahwa untuk mengembangkan destinasi wisata yang berdaya saing mereka harus memiliki nilai jual yang unik, salah satunya adalah penguasaan teknologi pedesaan – pengetahuan dan skill internet marketing, bisa menjadi nilai unik yang bisa menjadi keunggulan mereka dibandingkan dengan desa wisata lainnya. Desa wisata edukasi internet marketing ini nantinya bisa menjadi hub bagi desa-desa sekitar di kecamatan way ratai khususnya dan kabupaten pesawaran secara umum untuk dapat belajar bagaimana wisata berbasis CBT dilakukan dan pembelajaran internet marketing yang berguna untuk mengakselerasi perekonomian mereka melalui pengembangan pasar.
4. Desa wisata edukasi internet marketing ini diharapkan akan memberikan dampak bagi desa dalam bentuk kontribusi non-finansial dan finansial. Kontribusi non-finansial dapat berupa meningkatkan daya tarik desa wisata dibandingkan kompetitor lainnya, memberikan kesejahteraan sosial, mampu melestarikan sosial budaya desa dan lingkungan hidup hingga mampu mentransfer nilai-nilai desa kepada wisatawan agar bisa lebih menghargai filosofi desa. Sisi finansial diharapkan profitabilitas, solvabilitas dan rasio efektifitas asset desa dapat meningkat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim Pengabdian Kepada Masyarakat IIB Darmajaya mengucapkan banyak terima kasih kepada DRPM Kemendikbudristek yang telah mendukung kegiatan Pengembangan Desa Wisata Edukasi Dengan Community Based Tourism Di Pesawaran, Provinsi Lampung melalui hibah Program Penelitian Kebijakan Merdeka Belajar Kampus Merdeka Dan Pengabdian Masyarakat Berbasis Hasil Penelitian Dan Purwarupa PTS. Karena program hibah DRPM Kemendikbudristek inilah yang mampu membuat proses pengembangan desa wisata edukasi internet marketing di kabupaten pesawaran ini berjalan secara progresif.

DAFTAR REFERENSI

- Agfianto, T., Antara, M., & Suardana, I. W. (2019). DAMPAK EKONOMI PENGEMBANGAN COMMUNITY BASED TOURISM TERHADAP MASYARAKAT LOKAL DI KABUPATEN MALANG (Studi Kasus Destinasi Wisata Cafe Sawah Pujon Kidul). *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*; Volume 05, Nomor 02, Januari 2019. doi:10.24843/JUMPA.2018.v05.i02.p03
- Augustin, J.-L. P. M., & Liaw, S.-Y. (2017). Tourism competitiveness index of the Asia-Pacific region through consistency analysis. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 22(12), 1295-1307. doi:10.1080/10941665.2017.1391855
- Chaudhary, M., & Lama, R. (2015). Community Based Tourism Development in Sikkim of India—A Study of Darap and Pastanga Villages. *Transnational Corporations Review*, 6(3), 228-237. doi:10.5148/tncr.2014.6302
- Font, X., English, R., Gkritzali, A., & Tian, W. (2021). Value co-creation in sustainable tourism: A service-dominant logic approach. *Tourism Management*, 82. doi:10.1016/j.tourman.2020.104200
- Lee, T. H., & Jan, F.-H. (2019). Can community-based tourism contribute to sustainable development? Evidence from residents' perceptions of the sustainability. *Tourism Management*, 70, 368-380. doi:10.1016/j.tourman.2018.09.003
- Mastika, I. K. (2018). PENGEMBANGAN EKOWISATA BERWAWASAN KEARIFAN LOKAL DI WILAYAH EKS KARESIDENAN BESUKI, JAWA TIMUR. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*; Volume 04, Nomor 02, Januari 2018. doi:10.24843/JUMPA.2018.v04.i02.p06
- Mastika, I. K., Sasongko, Pramono, R. E., Julianto, D. E., & Wahyuni, S. (2019). ADOPSI SISTEM E-COMMERCE SEBAGAI MODEL LAYANAN PENGUNJUNG DESA WISATA DI KABUPATEN BONDOWOSO. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*; Volume 05, Nomor 02, Januari 2019. doi:10.24843/JUMPA.2018.v05.i02.p05
- Pujiningrum Palimbunga, I. (2018). KETERLIBATAN MASYARAKAT DALAM PENGEMBANGAN PARIWISATA DI DESA WISATA TABALANSU, PAPUA. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*; Volume 05, Nomor 01, July 2018. doi:10.24843/JUMPA.2018.v05.i01.p10
- Shafiee, S., Rajabzadeh Ghatari, A., Hasanzadeh, A., & Jahanyan, S. (2019). Developing a model for sustainable smart tourism destinations: A systematic review. *Tourism Management Perspectives*, 31, 287-300. doi:10.1016/j.tmp.2019.06.002
- Woldu, M. G., & Coetzee, W. (2018). Community based tourism in Lake Tana growth corridor of the Amhara region of Ethiopia: The missing link among stakeholders and implications to tourism industry. *Cogent Social Sciences*, 4(1). doi:10.1080/23311886.2018.1450335
- Zadeh Bazargani, R. H., & Kiliç, H. (2021). Tourism competitiveness and tourism sector performance: Empirical insights from new data. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 46, 73-82. doi:10.1016/j.jhtm.2020.11.011