

Pendampingan bagi Kelompok Sadar Wisata NUSA IMPIAN Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Melalui Digital Marketing di Desa Wisata Pulau Lemukutan

Gebry Veriora Apolita Manoban *, Dedi Herdiansyah, Fadlur Ramadan Nur Insani, Sasa Atilah, Sholeh,
Siti Nurjanah, Ananda Rozalina, Aini Robiurrahmah
Politeknik Negeri Pontianak; Jalan Jenderal Ahmad Yani Pontianak, (0561) 736180

Corresponding email: gebryveriora123@gmail.com

Abstrak

Desa Wisata Pulau Lemukutan sendiri memiliki beberapa Telok yang telah berkembang menjadi destinasi wisata yang menarik, diantaranya Telok Melano, Telok Surau, Telok Cina dan Tanjung Porox. Pemilihan tema ini dalam era digital seperti ini, kami dari UKM Modelling dan Photography merasa sangat tepat, sehingga kami berharap kami secara kelembagaan dapat ikut berperan memajukan pariwisata di Desa Wisata Pulau Lemukutan, melalui kompetensi yang kami miliki. Metode pelaksanaan kegiatan Program P2MD yaitu dengan melakukan kegiatan pelatihan/penyuluhan mengenai photography dan melakukan pendampingan yang berkelanjutan dengan menjalin kemitraan dengan Pokdarwis terutama dalam mengupdate medsos sebagai saran promo wisata di Desa Pulau Lemukutan. Hasil pelaksanaan program pemberdayaan masyarakat desa kali ini adalah akun media sosial bagi pokdarwis untuk mempromosikan wisata di Desa Pulau Lemukutan, peningkatan pengetahuan dan ketrampilan anggota pokdarwis dalam photography, dan harapan jangka panjang dengan terampilnya mereka membuat konten foto dan video promosi wisata, maka akan terjadi peningkatan jumlah pengunjung, yang pada akhirnya akan meningkatkan pendapatan masyarakat Desa Pulau Lemukutan.

Kata kunci— Pemasaran digital, Pelatihan dan pendampingan, Desa wisata

Abstract

Lemukutan Island Tourism Village has several Telok which have developed into attractive tourist destinations, including Telok Melano, Telok Surau, Telok China and Tanjung Porox. The choice of this theme in this digital era, we from UKM Modeling and Photography feel very appropriate, so we hope that we institutionally can play a role in advancing tourism in Lemukutan Island Tourism Village, through the competencies we have. The method of implementing the P2MD Program activities is by conducting training/counseling activities on photography and providing ongoing assistance by establishing partnerships with Pokdarwis, especially in updating social media as a tourist promo suggestion in Pulau Lemukutan Village. The results of the implementation of the village community empowerment program this time are social media accounts for Pokdarwis to promote tourism in Pulau Lemukutan Village, increase knowledge and skills of Pokdarwis members in photography, and long-term hope that with their skill in making photo content and tourism promotion videos, there will be an increase the number of visitors, which in turn will increase the income of the people of Pulau Lemukutan Village.

Keywords— Digital marketing, Training and mentoring, Village-based tourism

1. PENDAHULUAN

Pengembangan destinasi wisata pada umumnya membutuhkan tiga faktor kunci yaitu atraksi wisata, aksesibilitas, amenities, dan kelembagaan (Pitana & Diarta, 2009). Untuk faktor atraksi di Desa Pulau Lemukutan sudah tersedia Taman Nemo (wisata bawah air/laut), wisata pantai, memancing, kanoo dan lain lain, untuk amenities sudah tersedia berbagai penginapan dan juga tersedia berbagai

ragam rumah makan dengan berbagai jenjang biaya menyesuaikan kebutuhan pengunjung. Namun Faktor aksesibilitas merupakan faktor utama yang menjadi kendala calon pengunjung untuk berwisata ke Desa Pulau Lemukutan, karena jalur transportasi adalah laut, karena tidak semua calon pengunjung berpengalaman atau berani untuk menyebrang, apalagi selama ini alat transportasi penyebarangan adalah kapal nelayan yang dimodifikasi sebagai kapal penumpang. Belum lagi masalah ketersediaan alat

penyelamat yang sangat terbatas tersedia di kapal tersebut, sehingga pengunjung hanya terbatas ke anak muda yang avonturir. Namun sebenarnya sejak Pebruari 2022 ini sudah diresmikan transportasi penyebrangan yang lebih aman dan nyaman yaitu Lemukutan Ekspres sehingga makin memanjakan wisatawan untuk berkunjung ke Desa Wisata Pulau Lemukutan, dengan biaya penyeberangan per wisatawan yaitu sebesar 100.000/penumpang. Itupun hanya terbatas sekali perjalanan pulang pergi, dengan harga yang lumayan mahal untuk standar masyarakat Kalbar. Selama ini transportasi penyeberangan tradisional yang tersedia sebagai kapal penumpang dengan biaya Rp. 35.000/penumpang, salah satunya di Kelola oleh Su Biden, yang melayani penyebrangan bagi masyarakat untuk menyeberang ke beberapa Pulau lainnya yang ada di sekitar Pulau Lemukutan, seperti Pulau Penata Kecil, Pulau Penata Besar, Pulau Kabung dan beberapa pulau lainnya yang ada di Kecamatan Sungai Raya Kepulauan tersebut. Tentunya kapal seperti ini masih menimbulkan was-was atau kekhawatiran bagi sebagian calon pengunjung yang tidak terbiasa menyebrangi perairan laut, sehingga keberadaan Lemukutan Ekspres diharapkan akan sangat meningkatkan jumlah pengunjung/wisatawan ke Desa Pulau Lemukutan.

Perkembangan teknologi digital di masa-masa sekarang ini memaksa bisnis untuk mengubah pemasaran UMKM yang semula dilakukan secara konvensional menjadi secara digital dengan memanfaatkan media sosial dan website dalam memasarkan produknya (Wardana, 2022). Dengan kegiatan yang didanai melalui Program P2MD tahun 2022 ini, kami UKM MP sangat berharap dapat berbuat bagi masyarakat Desa Wisata Pulau Lemukutan. Tema Pemasaran Digital (*Digital Marketing*) kami pilih karena teknologi informasi sekarang sudah berkembang ke era digital. Beberapa definisi dari pemasaran digital yaitu menggunakan media online dalam mempromosikan produk bisnisnya (Lestari & Saifuddin, 2020), mempromosikan bisnisnya menjadi satu upaya pemasaran yang efektif di era digital (Prajarto dkk., 2017), kegiatan promosi dan pencarian pasar melalui media digital online dengan memanfaatkan berbagai sarana seperti jejaring sosial (Suwarno, 2020). menemukan konsumennya melalui internet (Hendarsyah, 2020), suatu cara untuk mempromosikan produk/brand tertentu melalui media internet (Warmayana, 2018), dan merupakan salah satu kegiatan promosi dan pencarian pasar melalui media digital secara online dengan memanfaatkan berbagai sarana seperti jejaring (Qomar dkk., 2022). Keuntungan dari sisi konsumen mereka tidak perlu keluar rumah untuk menemukan informasi atau melihat produk-produk atau jasa yang akan mereka akan pilih. Namun lebih

lanjut menurut (Hendarsyah, 2020), tantangan yang dihadapi pelaku bisnis untuk dapat melakukan pemasaran digital dengan efektif adalah harus memiliki sumber daya manusia yang memiliki kreatifitas dan inovasi yang bagus. Pada kenyataannya Pokdarwis Nusa Impian, belum memiliki Sumber daya manusia seperti yang dibutuhkan, sehingga Tim pelaksana kegiatan merasa urgen untuk memberikan pelatihan dan pendampingan bagi Pokdarwis dalam secara berkelanjutan untuk memanfaatkan pemasaran digital dalam memasarkan potensi wisata yang ada di Desa Pulau Lemukutan.

Pemasaran digital juga dapat menciptakan kesadaran merk atau *brand awareness* (Pramadyanto, 2022). Oktaviani dan Rustandi (2018) mengatakan bahwa Instagram merupakan media sosial yang dipilih untuk mempromosikan sekaligus membangun kesadaran merek di mata konsumen. Selain itu memanfaatkan digital marketing melalui media sosial instagram telah memberikan sebuah kesadaran merek (*brand awareness*) kepada konsumennya (Manshur, 2020). Dengan beberapa pengertian itu diharapkan konsumen akan mengingat dan memutuskan akan melakukan pembelian terhadap suatu produk atau jasa. Terkait tema pengabdian, maka diharapkan dengan memanfaatkan pemasaran digital, pengunjung atau wisatawan Pulau Lemukutan akan mengingat dan terus akan tertarik untuk mengunjungi destinasi di Desa Pulau Lemukutan. Pemilihan tema ini dalam era digital seperti ini, kami dari UKM MP merasa sangat tepat, sehingga kami berharap kami secara kelembagaan dapat ikut berperan memajukan pariwisata di Desa Wisata Pulau Lemukutan, melalui kompetensi yang kami miliki. Menurut (Risdiyansyah dkk., 2022), dengan adanya pelatihan pemasaran digital kepada para pelaku usaha diharapkan dapat meningkatkan penjualan secara maksimal. Kegiatan pendampingan menjadi tahapan penting dalam pelaksanaan kegiatan P2MD ini, karena menurut (Aliami dkk., 2018), dampak pengelolaan dari digital marketing pada bisnis memang akan meningkatkan pendapatan, namun karena kurangnya kemampuan menyediakan konten dan merespon cepat atas konten-konten yang sudah disediakan menjadikan para pebisnis, belum mendapatkan hasil maksimal dari pengelolaan digital marketing tersebut. Maka untuk memastikan kesiapan SDM operator pemasaran digital di Desa Pulau Lemukutan, Tim pelaksana mesti terus melakukan pendampingan, hingga SDM Pokdarwis siap menggunakan akun secara mandiri. Pradiani (2018) juga mendapatkan bahwa pemasaran digital meningkatkan volume penjualan dan profit, demikian juga (Faradillah dkk., 2020) menemukan bahwa pemasaran digital mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap prestasi bisnis/perniagaan.

Provinsi Kalimantan Barat terdiri dari 14 Kabupaten Kota, dan salah satu Kabupaten yang sedang gencar memajukan sektor pariwisata adalah Kabupaten Bengkayang. Kecamatan Sungai Raya Kepulauan adalah salah satu kecamatan yang berada di pesisir pantai di Kabupaten Bengkayang, Sebelumnya Kecamatan ini masuk dalam wilayah Kecamatan Sungai Raya, dan kemudian Kecamatan Sungai Raya dimekarkan menjadi 3 kecamatan yang antara lain Kecamatan Sungai Raya, Kecamatan Capkala, dan Kecamatan Sungai Raya Kepulauan. Walaupun hanya sebagian kecil wilayah Kabupaten Bengkayang yang merupakan wilayah perairan laut, Kabupaten Bengkayang juga memiliki sejumlah pulau, yaitu sebanyak 12 pulau. Dari sejumlah pulau tersebut, ada sebanyak 6 pulau masih belum berpenghuni dan 6 pulau sudah berpenghuni. Semua pulau yang ada terletak di wilayah perairan Laut Natuna. Pulau terbesar yang berpenghuni adalah Pulau Lemukutan dan Pulau Kabung. Sebagai salah satu pulau terbesar yang ada di Kabupaten Bengkayang, pulau ini mengundang penduduk untuk bermukim dan mencari nafkah dari berbagai potensi yang ada disana. Selain potensi hasil ikan dan hasil kebun, seperti kelapa dan cengkeh, satu potensi ekonomi lain yang sangat berkembang di Pulau Lemukutan adalah destinasi wisata bahari. Bahkan kondisi perkembangan yg maju ini didukung oleh Pemerintah Provinsi Kalimantan Barat, dengan memasukan even tahunan Wisata Desa Pulau Lemukutan sebagai salah satu Kalender Pariwisata Provinsi Kalimantan Barat.

Tabel 1. Data Kunjungan Wisatawan Desa Pulau Lemukutan Tahun 2016 sd 2020

Tahun	Wisatawan		Jumlah
	Wisnu	Wisman	
2016	10.669	141	10.810
2017	11.350	150	11.500
2018	11.804	156	11.960
2019	12.394	164	12.558
2020	1.363	-	1.363

Sumber: Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata Kabupaten bengkayang, 2021

Dari Tabel 1. Mengenai kunjungan wisatawan dapat dilihat bahwa pengunjung ke Desa Pulau Lemukutan, baik wisatawan nusantara (wisnu) maupun wisatawan mancanegara (wisman) dari tahun ke tahun terus meningkat, dimana jumlah wisnu dari tahun 2016 yang wisnu nya 10.669 sudah meningkat menjadi 12.394 di tahun 2020. Begitu juga wisatawan mancanegara (wisman) yang terus meningkat dari 141 (2016) meningkat jadi 164 (2020). Namun wabah pandemi Covid-19 yang menyebar di seluruh dunia, juga berdampak bagi jumlah kunjungan wisatawan ke Desa Pulau Lemukutan. Berharap kegiatan ini bisa membantu

memulihkan jumlah kunjungan wisatawan di Desa Pulau Lemukutan.

Melihat potensi wisata bahari yang sangat besar itu, kami dari Unit Kegiatan Mahasiswa Modeling dan Photography (UKM MP Polnep) terpanggil untuk ikut berbuat bagi masyarakat Desa Pulau Lemukutan. Dengan kompetensi tim kami dalam hal Photography, kami akan memberikan pelatihan photography dan akan bersama mengeksplor potensi-potensi fasilitas dan spot-spot indah yang ada di Desa Wisata tersebut. Dari sisi kompetensi modelling kami akan memaksimalkan kompetensi kami dalam membuat konten-konten promosi melalui digital marketing, dimana kami akan membuat video-video konten terkait potensi wisata yang ada di Desa Wisata Pulau Lemukutan. Dalam kegiatan ini, Tim P2MD tahun 2022 ini UKM MP Polnep akan bermitra dan memberikan pendampingan kepada kelompok masyarakat Desa Pulau Lemukutan yaitu Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Nusa Impian, yang secara bersama akan berkolaborasi dalam membuat konten-konten promosi wisata Desa Pulau Lemukutan, baik dalam bentuk foto-foto dokumentasi yang menarik dan konten konten video yang atraktif, yang diharapkan produk-produk tersebut akan berperan meningkatkan daya tarik pengunjung ke Desa Wisata Pulau Lemukutan.



Gambar 1. Gambaran Stegheer dan Fasilitas Penginapan dan Kantin di Desa Pulau Lemukutan

Desa Pulau Lemukutan sendiri memiliki beberapa Telok yang telah berkembang menjadi destinasi wisata yang menarik, diantaranya nya Telok Melano, Telok Surau, Telok Cina dan Tanjung Porox. Destinasi ini dikelola secara mandiri oleh berbagai elemen masyarakat termasuk didukung secara kelembagaan oleh Kepala Desa Pulau Lemukutan yaitu Bapak Ahmad Yusuf dan Ketua Pokdarwis Nusa Impian yang di Ketuai oleh Bapak Sumardi. Dengan sudah tersedianya beberapa fasilitas pendukung pariwisata seperti angkutan

sungai/laut, stegher di Telok, penginapan dan rumah makan, maka kunjungan wisatawan ke Desa Wisata Pulau Lemukutan terus meningkat.

2. METODE

Kerangka Pemecahan Masalah

Program P2MD tahun 2022 ini merupakan wujud implementasi roadmap Bidang Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) yang ada di Polnep, yang terdiri dari 4 Program yaitu meningkatnya kemampuan manajerial PPM dalam pengelolaan Program PkM, meningkatnya kualitas dan kuantitas PkM, meningkatnya publikasi hasil PkM dan meningkatnya kerjasama berbasis PkM, dimana indikator kinerjanya adalah sejalan dengan Luaran Wajib dan Tambahan dari program P2MD ini yang terdiri dari:

- Jumlah Desa Binaan
- Jumlah Mitra Program Pemberdayaan Masyarakat
- Jumlah Kerjasama berbasis PkM
- Jumlah Publikasi hasil PkM
- Jumlah Dokumen Pelaporan PkM, dan
- Jumlah PkM yang dibiayai Dikti Vokasi

Kondisi riil masyarakat sasaran, dalam hal ini yaitu masyarakat Desa Pulau Lemukutan sebagian berprofesi sebagai nelayan penangkap ikan, perkebunan seperti kelapa, cengkeh dan petai, dan dengan terus berkembangnya jumlah pengunjung maka sebagian warga juga serius mulai mencari nafkah dari pengelolaan destinasi wisata seperti membuat penginapan/cottage, penyewaan kanoo, penyewaan kapal pancing dan berbagai fasilitas wisata lainnya seperti penyewaan alat snorkling, diving dan lain-lain. Tema kegiatan terkait *digital marketing* dari Tim pengusul P2MD tahun 2022 ini ditujukan khusus untuk mendukung potensi wisata yang ada di Desa Pulau Lemukutan, dalam hal ini mitra kerjasama adalah Pokdarwis Nusa Impian pimpinan Bapak Sumardi, yang kemudian juga melibatkan pihak Desa yang Kepala Desanya adalah Bapak Ahmad Yusuf. Geliat potensi ekonomi terasa baik pada saat siang maupun malam, aktivitas wisata siang yang biasa nampak adalah aktivitas di pantai, khususnya di Telok Cina yaitu seperti memancing, kano, snorkling dan diving, sedangkan aktivitas malam adalah keramaian café/tempat makan minum, bebakaran, suasana camping dan lain-lain. Sehingga masyarakat sekitar destinasi wisata merasakan dampak aktivitas ini dengan mendapatkan pendapatan tambahan selain pendapatan mereka dari menjadi nelayan dan/atau perkebunan.

Menurut informasi awal dari Kepala Desa dan Ketua Pokdarwis bahwa selama ini wisata Desa Pulau Lemukutan berkembang karena informasi dari mulut ke mulut, mereka belum memanfaatkan

teknologi dalam mempromosikan keindahan wisata disana, kemampuan photography pun mereka dapatkan secara otodidak dengan memanfaatkan fitur fitur yang ada di handpone yang mereka miliki. Selain itu mereka juga belum pernah membuat medsos untuk mempromosikan wisata yang ada di Desa Pulau Lemukutan, meskipun dalam Struktur Organisasi yang ada di Kelompok Sadar Wisata Nusa Impian. Dengan kondisi yang ada tersebut kami Tim UKM MP berusaha mengambil peran untuk ikut meningkatkan jumlah pengunjung ke Desa Pulau Lemukutan melalui pemanfaatan teknologi dan media social melalui tema Digital Marketing.

Realisasi Pemecahan Masalah

Dari kondisi jumlah kunjungan yang ada, demi meningkatkan jumlah pengunjung ke Desa Wisata Pulau Lemukutan maka Tim P2MD berinisiatif, berdasarkan kompetensi yang ada di UKM Modeling dan Photography untuk mengisi peluang pengembangan kemasyarakatan melalui kegiatan Pendampingan bagi masyarakat terutama Pokdarwis Nusa Impian dalam hal digital marketing. Dengan digencarkannya *digital marketing* terutama dalam hal menyediakan konten-konten promosi pariwisata yang berbasis digital dengan memanfaatkan medsos/internet, diharapkan akan lebih banyak lagi yang mengetahui potensi wisata yang ada di Desa Wisata Pulau Lemukutan.

Khalayak Sasaran

Khalayak sasaran dalam kegiatan P2MD yang tim kami laksanakan pada tahun 2022 ini adalah kelompok masyarakat yang ada di Desa Pulau Lemukutan, dalam hal ini akan diwakili oleh Anggota Pokdarwis Nusa Impian yaitu sejumlah 25 orang. Pokdarwis ini beralamat di Dusun Karang Timur RT.001/RW.002, Desa Wisata Pulau Lemukutan, Kecamatan Sungai Raya Kepulauan, Kabupaten Bengkayang, Provinsi Kalimantan Barat. Berdasarkan Struktur Organisasi yang ada pada Pokdarwis Nusa Impian dapat dilihat bawah jumlah pengurus dan anggota secara keseluruhan adalah berjumlah 31 orang, dengan Kepala Desa sebagai Pelindung atau Penasehat.

Metode Pelaksanaan

Metode pelaksanaan kegiatan Program P2MD dilaksanakan dengan melakukan tahap-tahap sebagai berikut:

- Merintis kerjasama dengan mitra dalam hal ini Kelompok Sadar Wisata (pokdarwis) Nusa Impian.
- Mendatangi surat kesediaan bekerjasama antara pelaksana kegiatan P2MD dengan Pokdarwis Nusa Impian, yang diketahui Dosen pembimbing dan Kepala Desa Lemukutan.

- c. Menyepakati waktu dan lokasi pelaksanaan kegiatan.
- d. Mempersiapkan fasilitas dan sarana untuk melaksanakan kegiatan.
- e. Melaksanakan kegiatan pelatihan/penyuluhan mengenai *digital marketing*.
- f. Seluruh Tim Pelaksana turun secara bersama dengan Pokdarwis dalam melatih anggota dalam ketrampilan Photography, dan berkolaborasi dalam membuat video konten promosi wisata Desa Lemukutan.
- g. Membangun fasilitas pendukung yaitu berupa gazebo, secara bergotong royong dengan masyarakat lokasi pegabdian, untuk dijadikan sebagai fasilitas umum bagi masyarakat, yang bisa difungsikan untuk rapat atau kegiatan lainnya. Dikarenakan Gazebo berada di dermaga, maka gazebo tersebut dapat diberdayakan sebagai ruang tunggu pengunjung dalam menunggu kapal jemputan. Dan pada saat pelaksanaan kegiatan kemarin, gazebo itu dimanfaatkan sebagai tempat sharing lanjutan dan bersilaturahmi antara masyarakat dan Tim P2MP UKM MP Polnep.
- h. Diseminasi dan pelaporan hasil kegiatan program P2MD tahun 2022.
- i. Secara berkelanjutan secara bersama mengisi konten promosi wisata di medsos Desa Wisata Pulau Lemukutan.
- j. Melakukan pendampingan yang berkelanjutan dengan menjalin kemitraan dengan Pokdarwis dan Kepala Desa Pulau Lemukutan.

Ruang lingkup yang tim pengusul tetapkan pilih adalah bidang ekonomi, terutama bidang pemasaran lebih khusus lagi pemasaran digital (*digital marketing*). Berdasarkan ruang lingkup itu, maka indikator-indikator keberhasilan dari sisi ekonomi dari program P2MD tahun 2022 yang tim usulkan ditentukan sebagai berikut:

- a. Pengetahuan anggota Pokdarwis Nusa Impian meningkat terutama dalam hal digital marketing,
- b. Keterampilan meningkat, terutama dalam hal Photography dan membuat konten video promosi pariwisata di Desa Wisata Pulau Lemukutan
- c. Pendapatan masyarakat Desa Pulau Lemukutan secara umum meningkat, dengan meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan, baik lokal, regional, nasional (nusantara) maupun kemungkinan wisatawan internasional (turis asing atau mancanegara).

Selanjutnya sesuai dengan rancangan yang Tim Pengusul P2MD tahun 2022 Kegiatan Program P2MD UKM MP Polnep, maka Tahap Evaluasi Kegiatan akan selalu dilakukan mulai dari tahap persiapan sampai tahap pelaporan akhir. Tahapan

evaluasi akan dilakukan di setiap tahap untuk memastikan bahwa Program berjalan sesuai yang direncanakan dalam usulan kegiatan, sebagai upaya meminimalisasi kendala atau hambatan yang mungkin saja dihadapi sepanjang tahap kegiatan.

Rintisan kemitraan dari berbagai pihak sangat dibutuhkan dalam memajukan suatu destinasi wisata, masyarakat dengan segala keterbatasan baik pendanaan maupun SDM, membutuhkan peran aktif Pemerintah, Pihak Swasta dan Media sebagai sarana penyiaran terhadap potensi daerah. Begitupula kami pihak Perguruan Tinggi sangat berkeinginan berperan aktif memajukan pemberdayaan ekonomi masyarakat, dalam hal ini ingin turut andil dalam memajukan pariwisata di Desa Wisata Pulau Lemukutan dengan mengusung tema digital marketing. Setiap Perguruan Tinggi secara rutin memiliki Program Pengabdian kepada Masyarakat, sebagai bagian dari perwujudan Tri Dharma Perguruan Tinggi. Kemitraan ini merupakan juga bentuk *Collaboration Entrepreneurship* yang diharapkan dapat membantu peningkatan pendapat masyarakat.

Pengukuran tingkat keberhasilan akan menggunakan indikator-indikator yang telah disebutkan sebelumnya yaitu peningkatan pengetahuan, ketrampilan dan kunjungan wisatawan. Pengukuran keberhasilan Peningkatan Pengetahuan dan Ketrampilan, akan menggunakan kuisioner yang akan diberikan kepada khalayak sasaran yaitu sebelum dan sesudah pelaksanaan Penyuluhan dan Pendampingan. Sedangkan pengukuran dalam hal pendapatan akan dilakukan per 3 bulan dengan titik awal pada saat pelaksanaan kegiatan yaitu tanggal 10 sd 12 September 2022, sampai hingga 2 Triwulan ke depan. Dengan demikian, maka pengukuran indikator peningkatan ketrampilan dan jumlah pengunjung akan dilakukan paling cepat mulai Desember 2022. Dan diharapkan pengukuran tingkat keberhasilan ini akan terus secara bersama dilakukan dan dikoordinasikan antara kedua pihak, untuk menjamin dampak positif kegiatan yang diperoleh masyarakat. Tim melihat potensi ke depan yang bagus dikarenakan pada pelaksanaan P2MD tahun 2022 ini, karena para peserta pendampingan ikut berperan aktif untuk berdiskusi dan mengikuti pendampingan, hal ini ditunjukkan dengan keseriusan peserta mengikuti pelatihan sampai praktik photography.

Pada bagian akhir, tahap diseminasi akan melibatkan unsur dari kedua pihak, baik pelaksana maupun khalayak sasaran, ini akan saling mengkonfirmasi apakah pelaksanaan kegiatan melakukan pemberdayaan kepada masyarakat, dan memastikan bahwa usulan kegiatan berbasis kebutuhan prioritas dari masyarakat, dalam hal ini masyarakat Desa Wisata Desa Pulau Lemukutan. Pihak pelaksana kegiatan P2MD tahun 2022 dalam

hal ini Tim UKM MP akan melaporkan berbagai hal terkait kegiatan sampai kemungkinan keberlanjutan program.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tujuan utama program ini untuk meningkatkan kompetensi kelompok sasaran, dalam hal ini yaitu Pokdarwis Nusa Impian dalam membangun desa, terutama melalui peningkatan kompetensi digital marketing, dimana Tim Pengusul yang berasal dari Ormawa UKM Modeling dan Photography akan saling sharing dengan masyarakat dalam hal ketrampilan photography dan membuat konten video promosi potensi pariwisata bahari yang ada di Desa Wisata Pulau Lemukutan.



Gambar 2. Praktik Photography di Dermaga Telok Cina, Desa Pulau Lemukutan

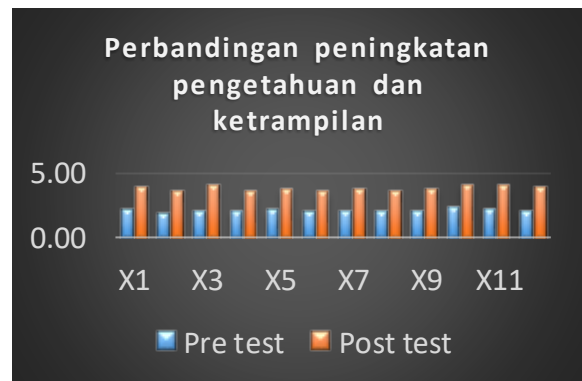
Kegiatan pelatihan photography dilaksanakan pada hari Minggu tanggal 11 September 2022 yang berlokasi di Telok Cina, Desa Pulau Lemukutan. Pelatihan dihadiri 25 orang anggota pokdarwis (termasuk didalamnya Ketua dan Sekretaris Pokdarwis, Pak Sumardi dan Pak Tan Aleksander), bahkan dihadiri dan diikuti oleh Kepala Desa Pak Ahmad Yusuf. Setting kegiatan dilakukan dengan materi 90 menit dalam ruangan yang dibantu dengan modul pelatihan dan praktek di luar ruangan selama 120 menit, dalam hal praktik dilakukan di dermaga Telok Cina. Peserta sangat antusias mengikuti kegiatan pelatihan sampai selesai karena mengetahui dampak positif yang akan mereka dapatkan. Bukti lain bentuk antusiasme anggota pokdarwis sebagai peserta pelatihan adalah dimana pada awalnya Tim Pelaksana meminta Pihak Pokdarwis menyiapkan 20 orang peserta saja, namun dalam perkembangan selanjutnya mereka meminta kuota peserta ditambah hingga 25, dimana Ketua dan Sekretaris Pokdarwis juga ikut sebagai peserta. Yang membuat Tim Pelaksana P2MD tambah semangat adalah bersedianya Kepala Desa bergabung dalam kegiatan hingga penyampaian materi selesai. Peran aktif masyarakat Desa Pulau Lemukutan yang dipimpin oleh Kepala Desa, juga nampak pada kegiatan pembangunan gazebo yang dilakukan secara gotong

royong, sampai sharing cost pemnyediaan bahan dan kebutuhan pembangunan lainnya.



Gambar 3. Gotong Royong Pembangunan Gazebo di Dermaga Telok Cina, Desa Pulau Lemukutan

Hasil pelatihan baik yang dilakukan secara teori maupun praktek, menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan ketrampilan dari 25 anggota Pokdarwis yang mengikuti kegiatan pelatihan tersebut. Hal ini dapat dilihat dari peningkatan rata-rata skor dari rata-rata skor 2,21 pada saat pre test menjadi rata-rata skor 4,09 pada saat post test yang dilakukan setelah pelatihan diberikan. Mengenai hasil perbandingan antara pre test dan pos test tersebut dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Perbandingan Peningkatan Pengetahuan dan Ketrampilan Peserta Diklat

Peserta pelatihan menyatakan rasa puas dengan materi dan praktek yang diberikan, karena selama ini mereka hanya mengandalkan mengambil gambar/foto hanya menggunakan hp dan itupun belum banyak memanfaatkan fitur fitur yang ada. Sehingga dengan pelatihan ini mereka bisa lebih memanfaatkan fitur fitur yang ada agar dapat menghasilkan gambar/foto yang lebih menarik. Harapannya foto-foto yang menarik itu juga akan lebih menarik pengunjung/wisatawan untuk berkunjung ke Desa Pulau Lemukutan, yang pada akhirnya akan meningkatkan pendapatan dari beberapa usaha yang mereka miliki seperti penginapan, produk olahan, rumah makan dan atraksi wisata yang ada.

Selanjutnya dalam rangka keberlanjutan program, Tim P2MD UKM MP, akan melakukan pendampingan digital marketing dengan membuat akun-akun medsos untuk meningkatkan kemitraan desa dan berharap kegiatan P2MD ini menambah rekam jejak kerjasama antara Polnep dengan salah satu mitra potensial, dalam hal ini Desa Pulau Lemukutan, untuk menjadi Desa Binaan (membangun desa), untuk mengusulkan program-program lain yang lebih strategis lainnya melalui Tri Dharma Perguruan Tinggi yang melibatkan Dosen dan Mahasiswa di desa tersebut.

Program ini merupakan bentuk implementasi Merdeka Belajar dan Kampus Merdeka yaitu membangun Desa Binaan, yang diharapkan juga berdampak ke peningkatan kualitas anggota Tim Pelaksana yaitu dalam hal meningkatkan kompetensi 12 mahasiswa vokasi Polnep yang tergabung tim pengusul untuk dapat berfikir kritis, kreatif berkomunikasi, kolaborasi, kepekaan sosial, literasi digital, memiliki keterampilan kepemimpinan, dan berwawasan global.

4. SIMPULAN

Peran digital marketing dalam mempromosikan produk atau jasa sudah tidak dapat dipungkiri di era digital ini. Dibutuhkan Sumber Daya Manusia yang mumpuni untuk menjaga keberlanjutan promosi wisata di Desa Pulau Lemukutan melalui digital marketing ini. Sepanjang belum tersedianya SDM terkait digital marketing di masyarakat target/sasaran, maka peran pendampingan dari Tim Pelaksana Kegiatan P2MD sangat dibutuhkan untuk menjaga tercapainya indikator-indikator yang diinginkan.

Indikator-indikator keberhasilan dari pelaksanaan kegiatan program P2MD tahun 2022 yang telah tim pelaksana tentukan adalah sebagai berikut:

- a. Pengetahuan anggota Pokdarwis Nusa Impian meningkat terutama dalam hal digital marketing,
- b. Keterampilan meningkat, terutama dalam hal Photography dan membuat konten video promosi pariwisata di Desa Wisata Pulau Lemukutan
- c. Peningkatan pengunjung wisata yang akan secara langsung berdampak pada peningkatan pendapatan masyarakat Desa Pulau Lemukutan secara umum meningkat, dengan meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan, baik lokal, regional, nasional (nusantara) maupun kemungkinan wisatawan internasional (turis asing atau mancanegara).

Diklat photography yang disampaikan kepada peserta disadari sangat terbatas waktu, namun antusiasme selama mengikuti peatihan dan komitmen

yang kuat dari para peserta untuk meningkatkan kualitas hasil foto akan membuat kegiatan ini akan lebih berdampak jangka Panjang. Untuk menjaga komitmen tersebut, Tim P2MD UKM MP Polnep juga berkomitmen melakukan pendampingan mulai dari membuat akun medsos resmi dari Pokdarwis Nusa Impian, hingga secara konsisten membantu mempersiapkan konten-konten promosi wisata baru bagi Desa Pulau Lemukutan, hingga tujuan terjadinya peningkatan jumlah pengunjung wisata akan tercapai.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terimakasih yang tak terhingga kepada beberapa pihak yang telah memfasilitasi hingga lancarnya program kegiatan ini, diantaranya kepada Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi melalui Direktorat Jenderal Pendidikan Vokasi dalam Program Pemberdayaan Masyarakat Desa (P2MD) Tahun 2022, ucapan terimakasih juga kepada Polnep melalui Direktur, Pembantu Direktur 3 Bidang Kemahasiswaan, Kepala UPPM Polnep, Kepala Desa Pulau Lemukutan, Ketua Pokdarwis Nusa Impian, Dosen Pendamping kami, Seluruh Tim P2MP Unit Kegiatan Mahasiswa Modelling dan Photography, dan pihak lain yang tidak bisa disebut satu per satu, semoga dari kegiatan yang telah dilaksanakan akan bermanfaat kepada masyarakat sasaran, serta mendapatkan balasan setimpal dari Allah SWT amin.

DAFTAR RUJUKAN

- Aliami, S., Hakimah, E. N., & Fauji, D. A. S. (2018). Dampak pengembangan pemasaran digital pada startup's (Studi kasus pada wirausaha baru). *EkoNiKa*, 3(1), 1-14.
- Faradillah, I. O., Umami Munirah, S. M. Z., Nor Azlili, H., & Izzurazlia, I. (2020). Pengaruh pemasaran digital terhadap prestasi usahawan perusahaan kecil dan sederhana. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Hendarsyah, D. (2020). Pemasaran digital dalam kewirausahaan. *Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 9(1), 25–43. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v9i1.209>
- Lestari, P., & Saifuddin, M. (2020). Implementasi Strategi promosi produk dalam proses keputusan pembelian melalui digital marketing saat pandemi Covid-19. *Jurnal Manajemen dan Inovasi (MANOVA)*, 3(2), 23–31. <https://doi.org/10.15642/manova.v3i2.301>
- Manshur, M. I. (2020). Peran digital marketing dalam membangun brand awareness busana Hijab Syar'i SI. SE. SA. Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik dan

- Komunikasi Bisnis, 4(2), 113-130.
- Oktaviani, F., & Rustandi, D. (2018). Implementasi Digital marketing dalam membangun brand awareness. *Profesi Humas: Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 3(1), 1. <https://doi.org/10.24198/prh.v3i1.15878>
- Pitana, I. G., & Diarta, I. K. S. (2009). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. CV Andi.
- Pradiani, T. (2018). Pengaruh Sistem pemasaran digital marketing terhadap peningkatan volume penjualan hasil industri rumahan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 11(2), 46–53. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v11i2.45>
- Prajarto, Y. A. N., Phitaloka, M., & Purwaningtyas, F. (2017). *Media digital dalam komunikasi pemasaran pariwisata: Efektivitas Sistem Informasi Kanal Pemesanan Daring*. 1–18.
- Pramadyanto, M. R. (2022). Pemanfaatan digital marketing dalam membangun brand awareness brand fashion streetwear Urbain inc. *Komuniti: Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi*, 2022, 14(1), 69–92.
- Qomar, M. N., Karsono, L. D. P., Aniqoh, F. Z., Aini, C. N., & Anjani, Y. (2022). Peningkatan kualitas umkm berbasis digital dengan metode participatory action research (Par). *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 74–81. <https://doi.org/10.31004/cdj.v3i1.3494>
- Risdiansyah, D., Reza, M. K., & Widiyanto, S. R. (2022). *Pelatihan digital marketing pada UMKM RT 04/RW 12 Kelurahan Parit Mayor*. 1(2), 44–48.
- Suwarno, B. (2020). *Analisis peran digital marketing dalam peningkatan marketing performance (Studi Kasus ecommerce di Sumatera Utara)*. 124-126.
- Wardana, A. (2022). *Strategi digital marketing*. book chapter bisnis digital. Penerbit Media Sains Indonesia (CV Media Sains Indonesia).
- Warmayana, I. G. A. K. (2018). Pemanfaatan digital marketing dalam promosi pariwisata pada era Industri 4.0. *Pariwisata Budaya: Jurnal Ilmiah Agama dan Budaya*, 3(2), 81. <https://doi.org/10.25078/pba.v3i2.649>