



**PELATIHAN PENGGUNAAN MEDIA DIGITAL PELAKU USAHA DESA WISATA
BANYUMULEK**

***TRAINING ON THE USE OF DIGITAL MEDIA FOR BANYUMULEK TOURISM
VILLAGE ENTREPRENEURS***

Verren Regina Agustin¹, Rizkia Rahmawati Putri², Jaka Anggara³, Nungki Kartikasari⁴

^{1,2,3,4} Universitas Mataram, Mataram, Indonesia

^{1*} jakaanggara@unram.ac.id

Article History:

Received: June 08th, 2023

Revised: June 18th, 2023

Published: June 20th, 2023

**Keywords: Tourism Village,
Tourism Awareness Group,
Digital Media Training.**

***Abstract:** The low ability of digital media owned by members of the Banyumulek tourism awareness group (Pokdarwis) is a problem. There is an increase in tourists coming to the Banyumulek Tourism Village to see the process of making pottery. This shows that it is important to conduct digital media training for Pokdarwis members. This community service method was developed using a participatory outcome approach. This service activity shows that members of the Banyumulek Pokdarwis try to spend their time and are enthusiastic. The results obtained were that Pokdarwis members who participated in the training succeeded in carrying out digital business activities such as marketing on the Shopee application, promotion of Tiktok and YouTube content, and bookkeeping through digital media.*

Abstrak

Rendahnya kemampuan media digital yang dimiliki oleh para anggota kelompok sadar wisata (pokdarwis) Banyumulek merupakan masalah. Terdapat peningkatan wisatawan yang datang ke Desa Wisata Banyumulek untuk melihat proses pembuatan kerajinan gerabah. Hal tersebut menunjukkan bahwa penting dilakukan pelatihan media digital kepada anggota pokdarwis. Metode pengabdian masyarakat ini dikembangkan dengan menggunakan pendekatan partisipatif hasil. Kegiatan pengabdian ini menunjukkan bahwa anggota pokdarwis Banyumulek berupaya meluangkan waktu dan antusias. Hasil yang diperoleh adalah anggota pokdarwis yang mengikuti pelatihan berhasil melakukan aktivitas bisnis digital seperti pemasaran di aplikasi shopee, promosi konten Tiktok dan Youtube serta pembukuan secara media digital.

Kata Kunci: Desa Wisata, Kelompok Sadar Wisata, Pelatihan Media Digital.

PENDAHULUAN

Desa wisata adalah suatu konsep pengembangan pariwisata yang memiliki fokus kepada pemberdayaan masyarakat disuatu daerah. Konsep ini bertujuan untuk mengembangkan potensi wisata dan budaya lokal guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat. Desa wisata mencakup pengembangan berbagai aspek seperti pariwisata, budaya, ekonomi dan lingkungan. Tujuan utamanya adalah untuk memperkenalkan dan mempromosikan keunikan dan daya tarik dari

desa tersebut kepada wisatawan. Faktor-faktor penting yang harus diperhatikan dalam pengembangan desa wisata, antara lain adalah Pengelolaan Sumber Daya Alam, Partisipasi Masyarakat, Pelestarian budaya, Pengembangan Ekonomi lokal, Promosi Pariwisata.

Salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki banyak desa wisata adalah Nusa Tenggara Barat (NTB). NTB dikenal dengan keindahan alam yang menjadi daya tarik para wisatawan, selain itu terkenal juga dengan warisan budaya leluhur (adat istiadat). Hal ini mengakibatkan berkembangnya desa wisata di NTB. Salah satu desa wisata di NTB adalah Desa wisata Banyumulek. Banyumulek adalah desa yang terletak di kecamatan Kediri, Kabupaten Lombok Barat. Sejak tahun 1990-an desa ini terkenal dengan kerajinan tangan yang dihasilkan oleh masyarakatnya yaitu gerabah. Gerabah di desa ini terbuat dari tanah liat yang kemudian diolah oleh masyarakat menjadi produk yang bermanfaat, seperti alat rumah tangga, vas bunga, hiasan dinding dan lainnya.

Gerabah Banyumulek dibuat dengan menggunakan teknik yang sudah turun temurun diwariskan oleh leluhur. Pembuatan gerabah masih menggunakan metode tradisional, akan tetapi gerabah yang dihasilkan memiliki kualitas dan nilai estetika yang tinggi. Sehingga dengan potensi-potensi tersebut desa Banyumulek mampu mendatangkan para wisatawan yang tertarik akan proses dan hasil gerabah. Selain itu, produk gerabah juga menjadi salah satu produk khas Lombok yang pemasarannya meluas hingga ke tingkat nasional maupun internasional. Pariwisata Banyumulek dikelola oleh sebuah lembaga yang dibentuk oleh desa yaitu kelompok sadar wisata (Pokdarwis), kelompok ini beranggotakan 15 orang yang dipilih melalui hasil musyawarah masyarakat Banyumulek. Sumber daya manusianya dipilih berdasarkan kriteria yaitu masyarakat yang peduli akan keberlangsungan pariwisata Banyumulek khususnya gerabah, masyarakat yang memiliki pengalaman dibidang kerajinan gerabah dan masyarakat yang siap menjadi sukarelawan melaksanakan pengabdian untuk pariwisata Banyumulek.

Pokdarwis Banyumulek melaksanakan kegiatan dan pengelolaannya bertempat di pasar seni. Pasar seni merupakan tempat dimana para pengunjung atau wisatawan bisa membeli berbagai produk gerabah yang dihasilkan oleh masyarakat setempat, selain itu di pasar seni juga menyediakan eduwisata untuk menunjang pendidikan seni, budaya serta ekonomi kreatif bagi para pelajar; menyediakan akomodasi dan guide untuk wisatawan yang ingin berkeliling di desa Banyumulek. Namun, peningkatan wisatawan yang berkunjung berbanding terbalik dengan kualitas SDM pengelola yang ada. Untuk mengembangkan desa wisata, dibutuhkan sarana dan prasarana yang memadai untuk menunjang kemajuan pariwisatanya. Salah satu yang perlu ditunjang adalah kualitas SDM pengelola wisata. Anggota pokdarwis sebagai pengelola wisata harus memiliki pengetahuan yang luas dalam segala aspek terutama dalam bidang media digital.

Permasalahan yang ditemui penulis pada pokdarwis Banyumulek adalah, rendahnya pengetahuan media digital anggota pokdarwis. Hal ini dikarenakan sebagian besar anggota pokdarwis Banyumulek memiliki pendidikan yang rendah, pengetahuan teknologi yang masih minim dan anggota terlalu fokus terhadap pelestarian gerabah sehingga melupakan pentingnya untuk mempublikasikan dan mempromosikan wisata Gerabah ini. Sebarapapun keindahan dan keunikan yang dimiliki oleh desa wisata, jika tidak terdapat promosi yang tepat sasaran dan mengikuti perubahan arus globalisasi yang ada, maka desa wisata tersebut tidak akan pernah diketahui dan diminati oleh para wisatawan. Hal ini dikarenakan calon wisatawan membutuhkan informasi yang lengkap dan akurat terkait destinasi yang akan dituju. Minimnya promosi dan pemaaran secara digital yang dilakukan oleh anggota pokdarwis menjadikan gerabah Banyumulek

masih dipandang sebelah mata oleh masyarakat luas untuk berwisata ataupun memakai produk gerabah Banyumulek. Pelatihan teknologi media digital harus dilakukan untuk meningkatkan pariwisata Banyumulek. Sehingga pengabdian ini bertujuan untuk memberikan pelatihan media digital kepada anggota pokdarwis Banyumulek dalam hal promosi ataupun pengembangan usaha.

METODE

Metode pengabdian masyarakat ini dikembangkan dengan menggunakan pendekatan partisipatif hasil. Metode yang dilakukan untuk kegiatan pengabdian ini adalah dengan merumuskan berbagai masalah yang penulis temui dikalangan pokdarwis kemudian penulis bersama mitra mengusulkan solusi untuk memecahkan masalah yang dimiliki. Tujuan dari pengabdian ini untuk mencari penyelesaian agar permasalahan segera teratasi melalui program-program yang diajarkan kepada mitra. Ada beberapa tahap yang dilakukan oleh tim pengabdian, yaitu:

- a. Tahap persiapan
Ditahap ini tim pengabdian dengan anggota pokdarwis mempersiapkan alat yang dibutuhkan untuk pelatihan, seperti laptop, kamera dan smartphone serta jumlah peserta anggota pokdarwis yang akan mengikuti pelatihan.
- b. Tahap Diskusi
Ditahap ini tim pengabdian dan anggota pokdarwis menyepakati aplikasi apa saja yang digunakan untuk pelatihan media digital ini. Serta menyepakati juknis kegiatan yang akan dilaksanakan, sasaran, dan capaian yang akan didapatkan selama melaksanakan program ini.
- c. Tahap Pelaksanaan
Ditahap ini tim pengabdian dan anggota pokdarwis memulai kegiatan pelatihan digital marketing, yang diawali dengan pengenalan aplikasi yang digunakan untuk pelatihan seperti aplikasi buku warung, tiktok, shopee, tripadvisor dan youtube. Setelah itu aplikasi tersebut siap untuk digunakan oleh anggota pokdarwis maupun tim pengabdian untuk menunjang peningkatan wisata gerabah Banyumulek.

HASIL

Strategi mengelola destinasi wisata adalah dengan memperkenalkan ekowisata. Namun, untuk mendukung ekowisata dibutuhkan media sebagai tempat untuk melaksanakan promosi (Susanto dan Kiswanto, 2020). Kegiatan pelatihan media digital ini dilaksanakan selama 3 bulan lamanya dengan dihadiri oleh anggota pokdarwis Banyumulek. Adapun hasil dari pengabdian ini dapat diuraikan dalam beberapa poin, sebagai berikut:

1. SETELAH membuat database pembukuan, time pengabdian dan anggota pokdarwis melakukan pelatihan pemasaran produk gerabah di Shopee. Sebelum itu, tim pengabdian bersama anggota pokdarwis melakukan pemotretan produk untuk kemudian dipasarkan melalui Shopee. Pembuatan akun dan pemasaran produk dilaksanakan sekitar 2 minggu lamanya.



Gambar 1. Proses Diskusi dengan Pokdarwis

2. Promosi gerabah melalui aplikasi tripadvisor. Dengan pembuatan akun tripvisor ini para calon wisatawan akan mudah mencari informasi secara detail terkait pasar seni wisata gerabah ini. Sehingga wisata gerabah menjadi salah satu destinasi wisata yang di promosikan langsung oleh aplikasi tripvisor.



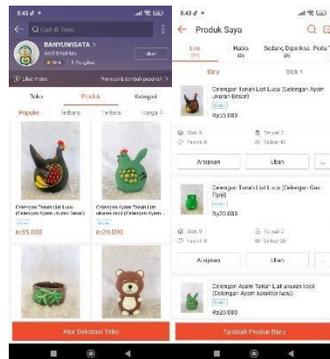
Gambar 2. Pelatihan digital marketing dengan diawali pengenalan berbagai aplikasi

3. Promosi wisata gerabah Banyumulek melalui pembuatan konten-konten yang berisi kunjungan ekowisata dan ekowisata di pasar seni yang selanjutnya dipromosikan melalui aplikasi Tiktok dan YouTube
4. Untuk mengembangkan skill pemasaran para anggota pokdarwis, tim pengabdian juga melakukan pelatihan menjadi shopee affiliate kepada para anggota pokdarwis, sehingga dengan adanya shopee affiliate ini para anggota pokdarwis ketika memasarkan produk gerabah juga akan mendapatkan keuntungan dari shopee affiliate dan juga bisa mempromosikan produk-produk shopee lainnya. Hal tersebut bisa meningkatkan kesejahteraan para anggota pokdarwis Banyumulek.
5. Pembuatan pembukuan secara hard file, diantaranya buku tamu, buku penjualan dan buku

surat masuk/keluar.

PEMBAHASAN

Terkait dengan pengembangan desa wisata Banyumulek, faktor-faktor penting yang menjadi fokus kegiatan pengabdian ini adalah promosi pariwisata melalui media digital dan pencatatan keuangan sederhana. Terkait dengan hal tersebut tim pengabdian telah membantu Pokdarwis Banyumulek untuk melakukan promosi pariwisata. Diketahui bahwa dalam meningkatkan pengembangan desa wisata dibutuhkan promosi-promosi pariwisata agar desa tersebut dapat menarik wisatawan dan dapat diketahui keberadaannya oleh masyarakat luas. Promosi ini dapat dilakukan dengan cara pemasaran online, brosur, pameran pariwisata dan kerja sama dengan pihak *travel agent* atau media massa. Pada kegiatan pengabdian ini telah dihasilkan akun-akun digital terkait promosi produk dan pariwisata diantaranya akun Tripadvisor, Shopee, Tiktok dan Youtube. Selama pelatihan media digital berlangsung, para peserta awalnya merasa kesulitan dengan penggunaan media digital sebagai sarana promosi. Namun seiring dengan berjalannya waktu, anggota pokdarwis merasa sangat antusias dalam mengikuti pelatihan media digital ini. Peserta anggota cepat untuk memahami apa yang dijelaskan dan dilakukan oleh para pengabdian.



Gambar 3. Pemasaran Produk melalui Shopee.



Gambar 4. Pembuatan konten promosi Gerabah Banyumulek melalui Youtube dan Tiktok.

Pokdarwis Banyumulek secara keseluruhan belum memiliki pencatatan keuangan walaupun sederhana. Setelah kegiatan pengabdian, Pokdarwis Banyumulek memiliki *skill* untuk memisahkan keuangan pribadi dengan usaha. Para pelaku usaha juga dapat mengetahui perkembangan usahanya melalui pembukuan sederhana yang dilakukan. Hal ini sesuai dengan penelitian (Subur dan Muhammad, 2014) yang menjelaskan bahwa manajemen keuangan dalam menjalankan sebuah usaha kecil atau mikro adalah salah satu aspek penting dalam menentukan kesuksesan suatu usaha. Ketika melakukan pengelolaan usaha dengan baik maka perhitungan keuangan akan menjadi lebih jelas dan pengambilan keputusan ekonomis juga menjadi lebih tepat. Dengan demikian, pembukuan sederhana yang dilakukan sangat penting diterapkan Pokdarwis Banyumulek demi kelangsungan usaha dan pengelolaan yang lebih baik..

Selain promosi melalui media digital dan pembukuan sederhana, salah satu hal yang tidak lupa disampaikan ketika melakukan kegiatan pengabdian adalah penyampaian terkait pentingnya pengelolaan terhadap sumber daya alam yang dimiliki desa. Perlindungan dan pelestarian lingkungan alam merupakan salah satu aspek penting untuk keberlanjutan desa wisata di masa yang akan datang, terutama di Desa Wisata Banyumulek.

KESIMPULAN

Dengan adanya produk gerabah yang dipasar melalui Shopee, pembukuan melalui Microsoft Excel dan buku warung serta promosi wisata gerabah Banyumulek melalui youtube dan tiktok menyimpulkan bahwa pelatihan digital marketing sukses dilaksanakan

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Terimakasih kepada pokdarwis Banyumulek dan pihak aparat Desa Banyumulek.yang membantu pelaksanaan program pengabdian masyarakat ini sehingga dapat terlaksana dengan baik.

DAFTAR REFERENSI

- Anindhita Wiratri, Sari Eliana, Ariana Diana, Devie Rahmawati. (2022). “Media Promosi Bisnis Wisata Susur Sungai Melalui Pelatihan Teknologi Media Digital Untuk Masyarakat Binaan”, *Jurnal Karya Abdi Masyarakat*, Vol 6, No 1, Juni 2022.
- Astuti Marni, Nurdin Riani. (2021). “Pendampingan digital marketing untuk pengembangan desa wisata menggunakan media sosial”, *Jurnal Pengabdian*, Vol 5, No. 1, Januari 2022.
- Destha Titi Raharja, Heddy Shri Ahimsa Putra. (2020). “Penguatan SDM dalam e-Marketing untuk Promosi Desa Wisata di Kabupaten Malang”, *Jurnal Nasional Pariwisata*, Vol 12, No. 2, September 2022.
- Neni Wahyuningtyas, Nurul Ratnawati, Idris. (2021), “Pemberdayaan Pokdarwis Desa Kemloko Dalam Pengembangan Desa Wisata Melalui Pelatihan Bahasa Inggris For Tourism”, *Jurnal Widya Laksana* Vol. 10 No. 1, Januari 2021. Adiningsih, S. (2001), *Regulasi dalam Revitalisasi Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia* (Artikel web). Diakses di <http://jurnal.unikom.ac.id/vol4/art7.html>
- Subur, Rahmad Santoso dan Hasyim Muhammad. (2014). *Pelatihan Manajemen Keuangan pada pelaku Usaha Toko Kelontongan Dusun Puluhan Desa Banyusidi Pakis Magelang Jawa Tengah*. *Jurnal Inovasi dan Kewirausahaan*, 3 (2), 139.