



Digitalisasi Desa Wisata sebagai Peningkatan Perekonomian Desa Wonolopo Semarang

Annisa Fajri¹

¹Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Semarang

Email: annisafajri@unimus.ac.id

INFO ARTIKEL

Kata kunci:

digitalisasi wisata,
desa wisata,
media digital

ABSTRAK

Digitalisasi wisata adalah salah satu pendekatan penting untuk memenuhi kebutuhan masyarakat wisata yang berorientasi digital. Digitalisasi dianggap sebagai langkah yang tepat untuk mempromosikan wisata karena masalah yang dihadapi desa mitra, seperti kurangnya pengetahuan dan keterlibatan masyarakat dalam mempromosikan potensi wisata, dan kurangnya fasilitas penunjang untuk memasarkan paket wisata. Setelah situs web dan aplikasi dibuat, kegiatan sosialisasi dengan komunitas mitra dilakukan. Untuk mencapai tujuan ini, masyarakat mitra diberikan pengetahuan tentang pemanfaatan situs web dan aplikasi ini untuk meningkatkan potensi wisata dan meningkatkan keterlibatan masyarakat Desa Wonolopo Semarang.

ARTICLE INFO

Keywords:

*digitalization of tourism,
tourism village, digital media*

ABSTRACT

Digitalization of tourism is one of the important approaches to meet the needs of a digital-oriented tourism society. Digitalization is considered to be an appropriate step to promote tourism due to the problems faced by partner villages, such as lack of knowledge and public engagement in promoting tourism potential, and lack of support facilities to market tourist packages. Once a website and app is created, socialization activities with the partner community are carried out. To this goal, the partner community is given knowledge about the use of these websites and applications to enhance the potential of tourism and increase the involvement of the community of Wonolopo Semarang.

1. Pendahuluan

Salah satu program yang bertujuan untuk menerapkan teknologi dan ilmu pengetahuan secara langsung kepada masyarakat adalah Pengabdian kepada Masyarakat. Pemanfaatan teknologi informasi menjadi sangat penting dalam era digital seperti saat ini untuk meningkatkan perekonomian masyarakat. Terlebih lagi, sektor pariwisata sangat dipengaruhi oleh kemajuan teknologi informasi, sehingga dibutuhkan upaya untuk meningkatkan keterampilan masyarakat dalam teknologi informasi untuk mempromosikan tempat wisata yang ada (Nurmalina & Ramdhani, 2020). Salah satu upaya untuk meningkatkan keterampilan masyarakat dalam pemanfaatan teknologi informasi dalam promosi pariwisata adalah melalui pelaksanaan program workshop digital marketing pariwisata. Dalam workshop ini, peserta akan diberikan pelatihan terkait pemanfaatan media digital dalam promosi pariwisata seperti pemanfaatan media sosial, website, dan *platform* digital lainnya. Dengan adanya pelatihan ini, diharapkan masyarakat mampu memanfaatkan teknologi informasi secara efektif dan efisien dalam mempromosikan objek wisata yang ada (Mardialina, et.al., 2018).

Menurut (Purwati et al., 2021), pelatihan digital marketing sangat penting untuk meningkatkan keterampilan masyarakat dalam pemanfaatan teknologi informasi. Pelatihan ini juga dapat meningkatkan kreativitas masyarakat dalam memanfaatkan teknologi informasi dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam mempromosikan objek wisata yang ada. Oleh karena itu, pelaksanaan program workshop digital marketing pariwisata diharapkan dapat memberikan manfaat yang besar bagi masyarakat, terutama dalam

meningkatkan perekonomian masyarakat melalui sektor pariwisata.

Salah satu potensi pariwisata dalam hal desa wisata terdapat di Wonolopo, Kecamatan Mijen, Kota Semarang. Wisata ini memanfaatkan potensi alam di kawasan desa Wonolopo yaitu embung, serta pengolahan dan penjualan jamu tradisional. Namun, desa wisata Wonolopo belum menggunakan digitalisasi dalam pengembangan desa wisata tersebut. Sehingga, pengunjung dan pembeli di desa Wonolopo tersebut hanya sedikit.

Melakukan pemasaran digital dengan menjual produk yang dibuat oleh Desa Wonolopo adalah solusi dari masalah tersebut. Menurut (Mardialina et al., 2018), digitalisasi harus diterapkan karena melihat aktivitas masyarakat yang tidak terlepas dari media sosial. Selain itu, digitalisasi memungkinkan target pemasaran yang lebih besar jika dibandingkan dengan metode pemasaran konvensional, dan pemasaran digital sangat erat dengan perkembangan generasi muda, sehingga ada peluang besar bagi generasi muda untuk berpartisipasi dalam pemasaran. Dalam hal pemasaran, digitalisasi adalah penting bagi Desa Wonolopo untuk membuat rekam jejak digital sehingga lebih banyak orang dapat mengetahui apa yang mereka tawarkan karena menarik dan layak dijual.

Salah satu manfaat dari workshop ini adalah untuk memberi generasi muda Wonolopo pemahaman yang lebih baik tentang peluang dan tantangan yang ada dalam era digital saat ini, termasuk pemasaran. Tujuan ini akan dicapai melalui pelatihan yang diberikan di embung desa dan produk jamu. Ini akan menjadi contoh destinasi digital yang telah menggunakan teknologi sebagai media pemasaran dan akan mengajarkan para pemuda bagaimana menggunakan

media digital atau *online* untuk memperkenalkan wisata potensial kepada mereka.

2. Metode

Di Wonolopo, kecamatan Mijen, kota Semarang, ada workshop digital marketing pariwisata yang merupakan bagian dari program pengabdian masyarakat ini. Workshop digital marketing ini membagi materi dalam program Pengabdian kepada Masyarakat menjadi empat bagian utama, yaitu:

a. Perencanaan

Tahap perencanaan mencakup penyusunan rencana kegiatan workshop, penentuan waktu dan tempat pelaksanaan, dan penentuan peserta yang akan diundang. Rencana kegiatan workshop ini perlu disusun dengan baik agar tujuan dan manfaat dari kegiatan workshop dapat tercapai dengan maksimal.

b. Pengumpulan Materi

Materi workshop dapat diperoleh dari berbagai sumber seperti buku, artikel, dan video tutorial mengenai digital marketing pariwisata. Materi yang dikumpulkan perlu disesuaikan dengan tujuan dan sasaran peserta workshop.

c. Pelaksanaan Pelatihan

Kegiatan pelatihan dan penyuluhan pariwisata dianggap berhasil. Pada awalnya, tim pelaksana menjajakan Desa Wonolopo. Mereka bersedia menjadikan desanya tempat untuk mengadakan workshop tentang digital marketing. Pemerintah Desa Wonolopo juga bersedia menyiapkan tempat dan mengundang peserta. Pembicaraan teknis tentang cara melaksanakan kegiatan diikuti dengan respons positif. Pihak desa dan tim pelaksana telah mencapai konsensus bahwa pelatihan

digital marketing akan dilaksanakan pada tanggal yang sudah ditentukan.



Gambar 1. Sesi Penyampaian Materi



Gambar 2. Salah Satu Materi Kegiatan

3. Hasil dan Pembahasan

Kebanyakan orang di masyarakat dan generasi muda, terutama mereka yang terlibat dalam pengelolaan Desa Wisata Wonolopo, menghadapi masalah kurangnya pemahaman tentang cara-cara pemasaran yang berkembang seiring dengan digitalisasi, yaitu kurangnya pengetahuan dan sumber pembelajaran masyarakat tentang pemasaran digital; kurangnya pemahaman masyarakat tentang konsep pemasaran digital; dan kurangnya pemahaman masyarakat tentang strategi pemasaran media digital. Jadi, mengadakan kelas digitalisasi desa wisata di masa normal baru akan memecahkan masalah ini.



Gambar 3. Diskusi dengan Warga Terkait Potensi Wisata Desa Wonolopo

Hampir setiap hari terjadi kemajuan teknologi yang sangat cepat (Ryan, 2016). Banyak komponen kemudian secara sengaja atau dipaksa mengikuti kemajuan teknologi saat ini. Salah satunya adalah bidang pemasaran, juga dikenal sebagai marketing. Dengan memasuki era yang serba digital seperti saat ini, metode pemasaran telah mengalami transformasi yang signifikan. Dengan munculnya pemasaran digital, metode pemasaran konvensional dianggap tidak efektif lagi untuk menjangkau pelanggan target (Wibowo, 2018).

Oleh karena itu, sangat penting bagi pemasaran untuk memahami perkembangan saat ini. Untuk meningkatkan kesadaran dan kemampuan generasi muda dalam memasarkan produk yang dimilikinya, para pelaku harus dilatih dalam pemasaran digital atau marketing digital. Menurut pendapat penulis, workshop ini sangat penting untuk dilakukan agar generasi muda dapat melihat peluang dan potensi mereka untuk menghasilkan sesuatu yang menguntungkan dan bernilai ekonomi.

4. Kesimpulan

Produk olahan dari desa wisata Wonolopo mampu masuk ke pasar

online karena memiliki keunggulan bersaing dengan melakukan efisiensi biaya-biaya produksi sehingga harga lebih rendah dan dengan kualitas tinggi. Desa Wonolopo merupakan salah satu sentra Jamu di Kota Semarang yang memiliki potensi besar, selain itu dalam jangka panjang Desa Wonolopo akan dibangun beberapa obyek wisata, sehingga bisa dijadikan pangsa pasar potensial.

Secara umum, pelatihan pemasaran digital telah meningkatkan pemahaman masyarakat. Warga Desa Wonolopo sebelumnya tidak tahu apa itu pemasaran digital berbasis media sosial, sehingga mereka tidak dapat mengoptimalkan penggunaan media sosial desa wisata mereka. Setelah mengikuti pelatihan ini, pemuda terutama mereka yang terlibat dalam pengelolaan desa memperoleh pemahaman yang lebih baik.

5. Daftar Pustaka

- D. Ryan (2016). Mengetahui digital marketing: Strategi pemasaran untuk melibatkan generasi digital. Kogan Page Publishers
- Fajri, A. (2023). Strategi Gapoktan Kendal dalam Menghadapi Era Industri 4.0 melalui Media Digital. *Jurnal Lentera Widya*, 4(2), 97-102.
- Fajri, A., Hajar, H., Aldira, O., Adiningtyas, R., Fitriyah, R. S., Rosyana, R., ... & Maulana, M. M. (2023). Pemberdayaan Usaha Kerajinan Anyaman Industri Kreatif Penghasil Bambu Desa Kaliwungu Semarang. *Dimasejati: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(3), 33-39.
- Haqq, Z. N., & Fajri, A. (2023). Peningkatan Kapabilitas Business

- Plan, Network, dan Marketing Guna Akselerasi Bisnis UMKM Sekolah Wirausaha Aisyiyah. *Kreativasi: Journal of Community Empowerment*, 2(2), 142-148.
- Mardialina et al. Jurnal International of Recent Technology and Engineering (IJRTE), Vol. 7, No. 6, pp. 222-228.
- Nurmalina R. dan Ramdhani MA. Jurnal Ilmu Sosial dan Pembangunan, Vol. 11, No. 1, hlm. 13-24.
- Purwati, AA, Irman, ML, Hamzah, ML, Desnelita, Y, dan Hamzah, H. Pelatihan Digital Marketing untuk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Tenun Songket Melayu Cahaya Kemilau Jurnal Aplikasi Riset untuk Masyarakat (ARSY), 2(1), 52-56.
- Setiawan, E., & Kurniawan, R. (2020). Workshop in Tourism: Pemanfaatan Digital Marketing untuk Meningkatkan Kunjungan Wisata. *Jurnal IPTA (Industri Perjalanan Wisata dan Aplikasi)*, vol. 8, no. 3, pp. 391-397.
- Wibowo, A. (2018). *Marketing Digital*. Gramedia Pustaka Utama.