

**Website:**

<http://www.openjournal.unpam.ac.id/index.php/JAMH>

**Permalink:**

DOI: [10.32493/jamh.v4i1.35054](https://doi.org/10.32493/jamh.v4i1.35054)

**Licences :**

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

ISSN (online) : 2686-5858

ISSN (print) : 2686-1712

© LPPM Universitas Pamulang

JL.Surya Kencana No.1 Pamulang, Tangerang Selatan – Banten

Telp. (021) 7412566, Fax (021) 7412491

Email : [humanis.unpam@gmail.com](mailto:humanis.unpam@gmail.com)

Article info : *Received:* Mei 2023 ; *Revised :* Juli 2023 ; *Accepted:* September 2023

## Pemanfaatan Media Digital Dalam Promosi Pariwisata Lombok

### *Utilization of Digital Media in Lombok Tourism Promotion*

Rosa Lesmana<sup>1</sup>; Yusuf Sunaryo<sup>2</sup>; Wiwik Hasbiyah<sup>3</sup>

<sup>1-3</sup>Universitas Pamulang, Email: [dosen01360@unpam.ac.id](mailto:dosen01360@unpam.ac.id); [yusufsoen@gmail.com](mailto:yusufsoen@gmail.com);

**Abstrak.** Pengabdian Kepada Masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan mengenai digital marketing dalam meningkatkan promosi wisata di desa Selebung, Batukliang, Lombok Tengah, NTB. Objek pengabdian adalah masyarakat desa Selebung, Batukliang, Lombok, NTB. Metode digunakan ceramah, diskusi, pelatihan dan pendampingan mengenai digital marketing, teknologi dan informasi dalam meningkatkan promosi wisata di desa Desa Selebung, Batukliang, Lombok, NTB. Hasil dari pengabdian ini menunjukkan bawah masyarakat di era 4.0 sudah disuguhkan dengan berbagai kemudahan dari berbagai teknologi yang ada, termasuk dalam mendapatkan kemudahan dalam pariwisata, Industri 4.0 dalam bidang pariwisata ini lebih meningkatkan kepada Tourism and The Digital Transformation pariwisata dan Transformation Digital Konten.

**Kata kunci :** Digital Marketing, Promosi, Pariwisata

**Abstract.** *This community service aims to provide knowledge about digital marketing in improving tourism promotion in desa Selebung, Batukliang, Lombok Tengah, NTB. The object of service is the community of Selebung, Batukliang, Lombok, NTB. The method used is lectures, discussions, training and assistance regarding digital marketing, technology and information in increasing tourism promotion in the village of Selebung Village, Batukliang, Lombok, NTB. The results of this service show that society in the 4.0 era has been presented with various facilities from various existing technologies, including in getting convenience in tourism, Industry 4.0 in the field of tourism further enhances Tourism and The Digital Transformation of tourism and Transformation Digital Content*

**Keywords:** Digital Marketing; Promotion; Tourism

## PENDAHULUAN

Keindahan Pariwisata di Pulau Lombok telah mendapatkan pengakuan mancanegara dengan memperoleh penghargaan Pulau Lombok meraih penghargaan World's Best Halal Honeymoon Destination dan World's Best Halal Tourism Destination dalam ajang The World Halal Travel Summit & Exhibition . Pulau Lombok menjadi salah satu destinasi wisata karena keindahan alam serta banyaknya objek wisata yang ada di Pulau Lombok seperti wisata alam, wisata pantai, wisata budaya, dan wisata kuliner. Salah satu destinasi wisata yang disukai wisatawan adalah objek wisata pantai, beberapa pantai di Pulau Lombok yang cukup terkenal antara lain Pantai Senggigi, Pantai Kuta Lombok, dan Pantai Pink. Selain pantai, wisata alam seperti Gunung Rinjani yang merupakan gunung tertinggi ke-3 di Indonesia juga merupakan salah satu destinasi wisatawan. Beberapa objek wisata yang ada di Pulau Lombok antara lain Gili Trawangan, Gili Meno, Gili Air, Gili Kendis, Gili Nanggu, Gunung Rinjani, Air Terjun Benang Kelambu, Air Terjun Tiu Kelep, dan lain-lain.

Para wisatawan mencari informasi mengenai destinasi, hotel, tiket perjalanan melalui media sosial. Mereka melihat unggahan foto-foto dan video yang bisa membuat ketertarikan tersendiri untuk langsung ikut menikmati pemandangan yang ada dalam unggahan foto tersebut. Faktor foto dan video menunjukkan bahwa unggahan media sosial menarik hati para konsumen untuk melihat layanan –layanan virtual atau langsung mendatangi destinasi wisata dalam waktu yang singkat hal itu dapat terjadi untuk mempengaruhi rencana awal para konsumen. Strategi suatu brand dari sebuah usaha pariwisata perlu dikelola dengan baik, agar brand tersebut akan mudah untuk diingat, dipilih, dan dicintai oleh para wisatawan. Pembentukan citra brand ini harus mendapatkan dukungan dengan cara penyampaian

pesan secara luas melalui perkembangan teknologi saat ini kepada masyarakat para pengguna smartphone, pengguna situs web, dan media sosial (Eva, 2017) dalam (Mahardika & Aji, 2018).

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Provinsi Nusa Tenggara Barat, jumlah kunjungan wisatawan ke Provinsi Nusa Tenggara Barat mengalami peningkatan. Peningkatan jumlah wisatawan di Provinsi Nusa Tenggara Barat dan Pulau Lombok khususnya mengalami peningkatan sejak promosi yang dilakukan oleh pemerintah melalui program Visit Lombok Sumbawa (VLS 2012).

Hal ini tentu harus ditunjang dengan gencarnya promosi melalui platform digital agar dapat meningkatkan promosinya secara luas.

## METODOLOGI PELAKSANAAN

Mengacu kepada permasalahan yang dihadapi maka langkah-langkah yang dilakukan untuk mencapai tujuan dan sasaran kegiatan ini maka diadakan pendekatan kepada instansi terkait yaitu masyarakat melalui workshop dan sosialisasi serta pelatihan berupa penjelasan peran manajemen bisnis dan keuangan dalam pengembangan pariwisata upaya peningkatan pendapatan masyarakat Pariwisata di Lombok, Provinsi Nusa Tenggara Barat.

PKM ini diawali dengan menentukan langkah-langkah untuk mencapai tujuan dan sasaran dari pelaksanaan kegiatan ini yang dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Berkoordinasi dengan pemerintah setempat sehubungan dengan rencana kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang akan dilaksanakan, melalui pengajuan permohonan Pengabdian Kepada Masyarakat.
2. Berkoordinasi dengan Masyarakat setempat melalui permohonan ini pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat



3. Melibatkan Masyarakat pesisir dan pengelola Pariwisata di Lombok, Provinsi Nusa Tenggara Barat”

“Melihat permasalahan yang dihadapi maka langkah-langkah yang dilakukan untuk mencapai tujuan dan sasaran kegiatan ini maka diadakan pendekatan kepada instansi terkait yaitu masyarakat melalui workshop dan sosialisasi serta pelatihan berupa penjelasan pelatihan penerapan manajemen bisnis dan manajemen keuangan dapat meningkatkan pendapatan masyarakat Pariwisata di Lombok, Provinsi Nusa Tenggara Barat”.

“Metode pelaksanaan kegiatan melalui survey kegiatan awal, maka dilakukan kegiatan pengumpulan informasi untuk mengetahui kondisi lokasi dan kebutuhan riil.

Selanjutnya, tim akan melakukan pengabdian dalam dua tahap sekaligus. Pertama, melakukan edukasi, tujuan dari kegiatan ini adalah memberikan pengetahuan tentang pentingnya menerapkan strategi pemasaran digital, yang di desain khusus untuk meningkatkan omset penjualan. Kedua, melakukan pengembangan model pemasaran. Dalam tahap ini akan dipaparkan model pemasaran yang sudah dirancang oleh tim, yang sudah disesuaikan dengan kebutuhan dan kondisi setempat. Salah satu model yang dikembangkan, mengacu pada strategi pemasaran digital”.

#### Metode Pelatihan

“Pelatihan yang dirancang untuk mengembangkan sumber daya manusia melalui rangkaian kegiatan pelatihan digital marketing, identifikasi, pengkajian serta proses belajar yang terencana. Untuk mengatasi permasalahan yang ada, tim akan melakukan pelatihan-pelatihan bagi seluruh pelaku usaha dalam penerapan pelatihan penerapan manajemen bisnis dapat meningkatkan pendapatan masyarakat pesisir di Desa Selubung, Lombok Tengah, Nusa Tenggara Barat.

Adapun metode pelatihannya sebagai berikut :

Hari ke 1: pengumpulan informasi/data dan Brainstorming ke masyarakat Pariwisata di Lombok, Provinsi Nusa Tenggara Barat (dengan memberikan kuisisioner atau wawancara kepada seluruh Pelaku usaha dan masyarakat Pariwisata di Lombok, Provinsi Nusa Tenggara Barat)

Hari ke 2: Pelatihan Manajemen dalam bentuk memberikan edukasi Konsep masyarakat Pariwisata di Lombok, Provinsi Nusa Tenggara Barat (dengan memberikan pelatihan kepada seluruh Pelaku usaha dan masyarakat Pariwisata di Lombok, Provinsi Nusa Tenggara Barat)

Hari ke 3: Evaluasi penerapan Konsep masyarakat Pariwisata di Lombok, Provinsi Nusa Tenggara Barat”.

“Rencana kegiatan yang akan dilakukan untuk kegiatan ini:

- a. Tahap persiapan, Persiapan ini difokuskan dengan menyiapkan semua peralatan yang dibutuhkan untuk melaksanakan kegiatan ini, studi literatur dan melakukan koordinasi dengan instansi terkait serta tokoh masyarakat untuk melakukan pelatihan penerapan manajemen bisnis dan manajemen keuangan dapat meningkatkan pendapatan masyarakat Pariwisata di Lombok, Provinsi Nusa Tenggara Barat, Penentuan Lokasi, Pada tahap ini dilakukan kunjungan ke lokasi untuk menentukan tempat (lokasi) pendampingan serta pelatihan berupa penjelasan pelatihan penerapan manajemen bisnis dan manajemen keuangan dapat meningkatkan pendapatan masyarakat Pariwisata di Lombok, Provinsi Nusa Tenggara Barat.
- b. Perancangan sistem dan dalam upaya dan strategi mewujudkan peningkatan pendapatan masyarakat Pariwisata di Lombok, Provinsi Nusa Tenggara Barat

#### Prosedur Kerja

Untuk melaksanakan program PKM ini, prosedur kerjanya sebagai berikut :



### 1. Tahap Persiapan

Tahap persiapan yang dilakukan meliputi:

- a. Survei awal, Pada tahap ini dilakukan survei lokasi pelatihan di Pariwisata di Lombok, Provinsi Nusa Tenggara Barat
- b. Observasi. Setelah survei maka ditentukan pelaksanaan dan sasaran peserta kegiatan
- c. Rapat Koordinasi Tim. Pada tahap ini rapat mengenai pembagian tugas, membuat jadwal pelaksanaan, mulai dari persiapan, pelaksanaan, sampai evaluasi dan penyusunan laporan.

### 2. Tahap Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan yang dilakukan meliputi :

- a. Sosialisasi Program. Pada tahap awal pelaksanaan dilakukan sosialisasi program kepada calon mitra di Lombok, Provinsi Nusa Tenggara Barat.
- b. Pelatihan/Pendampingan. Sesuai dengan langkah selanjutnya adalah memberikan pelatihan/pendampingan berupa pelatihan penerapan manajemen bisnis dan manajemen keuangan dapat meningkatkan pendapatan masyarakat Pariwisata di Lombok, Provinsi Nusa Tenggara Barat

### 3. Tahap Evaluasi

Tahap evaluasi merupakan penilaian setelah rangkaian kegiatan dilakukan oleh pelaksana sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan. Evaluasi ini bisa berupa perbaikan atau saran untuk pelaksanaan kegiatan lebih baik lagi dan kelanjutan menjadi binaan kampus”

#### Partisipasi Mitra dalam Pelaksanaan Program

“Partisipasi mitra dalam pelaksanaan program PKM ini sangat kooperatif dengan memberikan izin kepada tim untuk melaksanakan pengabdian binaan kampus, memberikan keterangan baik berupa informasi atau data-data yang dibutuhkan sampai rencana pelaksanaan berupa kegiatan pelatihan/pendampingan nantinya. Dalam pengembangan sarana prasarana yang diperlukan partisipasi mitra dan pemda/lembaga dan masyarakat

Pariwisata di Lombok, Provinsi Nusa Tenggara Barat

### HASIL DAN DISKUSI

Pada era society ini pemasaran secara digital sudah sangat dibutuhkan agar dapat menjangkau pasar yang lebih luas lagi. Media Sosial sangat berpengaruh untuk bisa menjangkau dari semua kalangan, memanfaatkan digital marketing juga dalam hal melancarkan transaksi dalam bisnis dalam memasarkan produk produk warga Lombok ini agar Masyarakat desa lebih dikenal lagi oleh wisatawan baik lokal maupun mancanegara melalui pemanfaatan kecanggihan teknologi.

Pemasaran digital memainkan peran penting dalam meningkatkan promosi pariwisata di era masyarakat yang terhubung dan tergantung pada teknologi. Berikut beberapa strategi pemasaran digital yang dapat diterapkan di desa Sebung, Lombok Tengah untuk meningkatkan promosi pariwisata:

Membangun website pariwisata yang informatif dan responsive, sehingga mampu menyampaikan promosi dan informasi menampilkan informasi tentang destinasi wisata, akomodasi, atraksi, kuliner, dan aktivitas yang tersedia.

Membuat konten konten pariwisata yang menarik yang unik baik berupa gambar, video, dan cerita beragam untuk memperkenalkan destinasi pariwisata Anda. Cerita-cerita ini dapat dibagikan melalui situs web, media sosial, dan platform video seperti YouTube.

Memanfaatkan Media Sosial: Platform media sosial seperti Facebook, Instagram, dan Twitter adalah alat yang efektif untuk berinteraksi dengan calon pelancong. Anda dapat berbagi konten menarik, merespons pertanyaan, dan membangun komunitas online yang terhubung dengan destinasi Anda.

Pemasaran Konten: Membuat dan mempromosikan konten yang relevan dan bermanfaat, seperti artikel blog, panduan wisata, dan ulasan destinasi, dapat



membantu menarik perhatian calon wisatawan.

**Email Marketing:** Membangun daftar langganan email dan mengirimkan tawaran khusus, pembaruan, dan rekomendasi perjalanan kepada pelanggan potensial.

**Kampanye Berbayar:** Menggunakan iklan berbayar di mesin pencari, media sosial, dan platform periklanan online lainnya untuk meningkatkan eksposur situs web dan promosi spesifik.

**Pemasaran Influencer:** Melibatkan influencer yang memiliki basis pengikut yang besar dalam industri pariwisata untuk mempromosikan destinasi Anda.

**Reservasi Online:** Memungkinkan pelancong untuk merencanakan dan memesan perjalanan mereka secara online dengan mudah, termasuk pemesanan akomodasi, tiket pesawat, dan aktivitas wisata.

**Keterlibatan Lokal:** Terlibat dengan komunitas lokal dan pelaku pariwisata setempat untuk membangun kerja sama dan mendukung inisiatif pariwisata.

**Pemasaran Berbasis Lokasi (Geotargeting):** Menggunakan teknologi seperti iklan berbasis lokasi untuk menargetkan pengguna yang berada di dekat destinasi Anda.

**Panduan Digital dan Aplikasi Pariwisata:** Membangun aplikasi pariwisata atau panduan digital yang memungkinkan wisatawan untuk menjelajahi destinasi Anda dengan lebih baik.

Menggunakan teknologi dalam pembayaran, banking teknologi, seperti pembayaran dengan mbanking, QRIS scan dan lain lain.

Menggunakan semua platform berbasis media social, Instagram, shopee, Tokopedia, Lazada, Traveloka dan lain lain.

Berikut beberapa foto pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat di desa Selebung, Batukliang, Lombok Tengah



Gambar 1. Penyerahan pelakat oleh bapak direktur pascasarjana UNPAM kepada kepala desa Selebung



Gambar 2. Penyerahan cendera mata kepada perwakilan Universitas Muhammadiyah Mataram



Gambar 3. Foto bersama seluruh peserta PKM Lombok

### **KESIMPULAN**

Masyarakat desa Selebung perlu diberikan tambahan masukan dalam memanfaatkan digital marketing guna memperluas pasar dan meningkatkan promosi agar dapat meningkatkan perekonomian.

Yaitu berupa pemanfaat digital marketing dalam promosi dan pemasaran pariwisata dan hasil kerajinan warga desa selebung, melalui berbagai platform antara lain sosial media marketing, internet marketing, pemasaran melalui shopee, toko pedia, dan lain lain.

Dari segi transaksi diperkenalkan metode scan QRIS agar dapat melancarkan transaksi yang memberikan kemudahan bagi konsumen.

### **UCAPAN TERIMA KASIH (Jika Ada)**

Kepada Kepala Desa Selebung Bapak Agus Kusumahadi

Kepada Bapak Direktur scasarjana Unpam Bapak Dr. Ir. Sarwani, M.T

**DAFTAR PUSTAKA**

- Anonim. 2017. The most beautiful country in the world-as voted by you. [online].(<https://www.roughguides.com/gallery/most-beautifulcountry-in-the-world/> ). Diakses tanggal 05 Oktober 2017).
- Badan Pusat Statistik. (2022). BPS. 2021. Provinsi Nusa Tenggara Barat dalam Angka 2021. Mataram. CV.Maharani.
- Damanik, J., 2013. Social and Cultural Dimensions of Ecotourism Development in Small Island dalam Ecotourism Destinations in Archipelago Countries. Editor Baiquni,M., Janianton D dan Erda Rindarsih.Penerbit Gadjah Mada University Press.
- Das, M., & Chatterjee, B. (2015). Ecotourism: A panacea or a predicament Tourism Management Perspectives, 14, 3–16.
- Husain, T., & Sunardi, N. (2020). Firm's Value Prediction Based on Profitability Ratios and Dividend Policy. Finance & Economics Review, 2(2), 13-26.
- Kadim, A., & Sunardi, N. (2022). Financial Management System (QRIS) based on UTAUT Model Approach in Jabodetabek. International Journal of Artificial Intelligence Research, 6(1).
- Lesmana, R., & Sunardi, N. (2021). Futuristic Leadership Through PEKA Analysis Approach. HUMANIS (Humanities, Management and Science Proceedings), 2(1).
- Lesmana, R., Sunardi, N., & Tumanggor, M. (2020). Pelatihan Manajemen dalam Meningkatkan Motivasi Siswa dan Guru SDN 84 Rejang Lebong. Jurnal Abdi Masyarakat Humanis, 1(2).
- Lesmana, R., Sunardi, N., Hasbiyah, W., Tumanggor, M., & Susanto, S. 33(2019). Manajemen Alokasi Dana Desa dalam Upaya dan Strategi Mewujudkan Desa Sejahtera Mandiri di Desa Cihambulu, Kec. Pabuaran, Kab. Subang, Jawa Barat. Jurnal Abdi Masyarakat Humanis, 1(1).
- Lesmana, R., Sunardi, N., Hastono, H., & Widodo, A. S. (2021). Perceived Quality Membentuk Customer Loyalty via Brand Equity pada Pengguna Smartphone Merek Xiaomi di Tangerang Selatan. Jurnal Pemasaran Kompetitif, 4(2), 157-167
- Lesmana, R., Sunardi, N., Kartono, K., Rudy, R., & Sumiaty, R. Y. (2020). Implementasi Manajemen dalam Meningkatkan Minat Baca Warga Desa Cihambulu, Kec. Pabuaran, Kab. Subang, Jawa Barat. Jurnal Abdi Masyarakat Humanis, 1(2). Lesmana, R., Sutarman, A., & Sunardi, N. Building A Customer Loyalty Through Service Quality Mediated by Customer Satisfaction. American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR), 5(3), 38-45
- Mahardika, E., & Aji, G. G. (2018). Implementasi Komunikasi Pemasaran Digital dalam Promosi Pariwisata. Commercium, 5-8.
- Nardi Sunardi Et Al (2020). Determinants of Debt Policy and Company's Performance, International Journal of Economics and Business Administration Volume VIII Issue 4, 204-213
- Raharjo, K., Dalimunte, N. D., Purnomo, N. A., Zen, M., Rachmi, T. N., & Sunardi, N. (2022). Pemanfaatan Financial Technology dalam Pengelolaan Keuangan pada UMKM di Wilayah Depok. Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (JPMM), 2(1), 67-77.
- Robinson, Pearce. (2001). Strategic Management : Formulation, Implementation and Control. Seventh edition. McGraw. Hill Book International.

- Ros. 2017. Lombok kembali raih tiga juara dalam ajang "World Halal 3435 Tourism Awards \Rudy, R., Sunardi, N., Kartono, K., Sudarso, A. P., & Lutfy, A. M. (2019). Pengelolaan Keuangan Masyarakat untuk Mewujudkan Desa Sejahtera Mandiri di Desa Cihambulu, Kec. Pabuaran Kab. Subang, Jawa Barat. *Jurnal Abdi Masyarakat Humanis*, 1(1)
- Sarwani, S., Sudaryana, Y., Sunardi, N., Hamsinah, H., & Nufus, K. (2019). Pengembangan Usaha Koperasi Produksi Akar Wangi "USAR "Sentra Industri Akar Wangi di Kabupaten Garut, Jawa Barat. *Jurnal Abdi Masyarakat Humanis*, 1(1).
- Sarwani, S., Sunardi, N., AM, E. N., Marjohan, M., & Hamsinah, H. (2020). Penerapan Ilmu Manajemen dalam Pengembangan Agroindustri Biogas dari Limbah Kotoran Sapi yang Berdampak pada Kesejahteraan Masyarakat Desa Sindanglaya Kec. Tanjungsiang, Kab. Subang. *Jurnal Abdi Masyarakat Humanis*, 1(2).
- Subhani, A. (2010). Potensi obyek wisata pantai di kabupaten Lombok Timur tahun 2010 (Doctoral dissertation, UNS (Sebelas Maret University)).
- Sunardi, N., & Lesmana, R. (2020). Konsep Icepower (Wiramadu) sebagai Solusi Wirausaha menuju Desa Sejahtera Mandiri (DMS) pada Masa Pandemi Covid-19. *JIMF (Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma)*, 4(1).
- Sunardi, N., Hamsinah, H., Sarwani, S., Rusilowati, U., & Marjohan, M. (2020). Manajemen Pengelolaan Budidaya Ikan Laut (Sea Farming) Untuk Meningkatkan Pendapatan Masyarakat di Kepulauan Seribu, DKI Jakarta. *Jurnal Abdi Masyarakat Humanis*, 1(2).
- Sunardi, N., Hamsinah, H., Sarwani, S., Rusilowati, U., & Marjohan, M. (2020). Manajemen Pengelolaan Budidaya Ikan Laut (Sea Farming) Untuk Meningkatkan Pendapatan Masyarakat di Kepulauan Seribu, DKI Jakarta. *Jurnal Abdi Masyarakat Humanis*, 1(2).
- Sunardi, N., Lesmana, R., Kartono, K., & Rudy, R. (2020). Peran Manajemen Keuangan dan Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan Omset Penjualan bagi Umkm Pasar Modern Intermoda Bsd City Kota Tangerang Selatan di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Abdi Masyarakat Humanis*, 2(1).
- Walters, R.D.M., Samways, M.J., 2001. Sustainable dive ecotourism on a South African coral reef. *Biodiversity Conservation*, 10 (12) 2167-2179