
**PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING DAN PENINGKATAN
MOTIVASI JIWA PENGUSAHA DALAM MENGEMBANGKAN DESA
WISATA DI DESA KARANGSARI GARUT**

**^{1*}Ali Agus, ²Muratin, ³Rini Ardista, ⁴Aditya Putra Kusuma,
⁵Apri Parantoro, ⁶Daulat Freddy, ⁷Suratman Hadi Priyatno**
STIE Tribuana, Bekasi, Indonesia
Email : *allieaugust310868@gmail.com

Manuskrip: Juni -2023; Ditinjau: Juni -2023; Diterima: Juli -2023; Online: Juli -2023;
Diterbitkan: Juli -2023

ABSTRAK

Indonesia menargetkan pendapatan dari sector pariwisata meningkat hingga 1,7 miliar dolar AS atau sekitar Rp24 miliar di 2023 mendatang. Begitu juga kontribusi Product Domestic Bruto (PDB) pariwisata ditarget meningkat sebesar 4,3 persen. Pariwisata juga tumbuh secara spektakuler menjadi sektor andalan dalam pendapatan ekonomi masyarakat. Desa Karang Sari Kecamatan Pakenjeng Kabupaten Garut yang memiliki tempat wisata pantai yang menarik, bersih, elok, tentram, aman dan humanis. Kita dapat melihat sunrise di pagi hari dan sunset di sore hari. Hal ini menjadi daya tarik tersendiri bagi para wisatawan baik lokal maupun non local sehingga banyak dikunjungi oleh wisatawan. Namun sangat disayangkan objek wisata tersebut belum optimal. Jumlah wisatawan yang datang masih sangat terbatas. Hal tersebut disebabkan kurangnya informasi dan promosi tentang Desa Wisata tersebut. Salah satu promosi yang dapat diandalkan sekarang ini adalah media social yang ada di internet. Promosi tersebut akan memberikan peluang yang besar untuk dapat mempromosikan dan menginformasikan adanya desa wisata pantai. Melalui media maya atau digital media internet maka wisata pantai tersebut di kenal di seluruh dunia, dengan demikian maka meskipun letak pantainya berada di pedesaan yang cukup terpencil, Desa Karang Sari, tetap banyak diketahui dan diminati oleh orang banyak. Tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah memberikan pemahaman tentang digital marketing dalam mempromosikan wisata pantai laut selatan yang berada di desa Karang Sari Kecamatan Pakenjeng Kabupaten Garut.

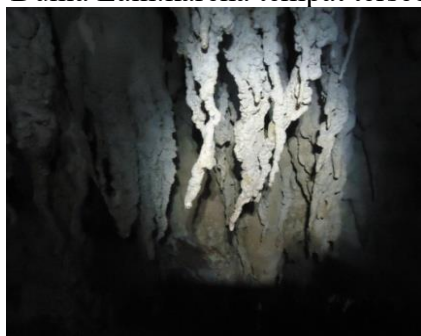
Kata Kunci: Media Sosial, Marketing, Desa Wisata

PENDAHULUAN

Indonesia menargetkan pendapatan dari sector pariwisata meningkat hingga 1,7 miliar dolar AS atau sekitar Rp24 miliar di 2023 mendatang. Begitu juga kontribusi Product Domestic Bruto (PDB) pariwisata ditarget meningkat sebesar 4,3 persen. Pariwisata di Indonesia merupakan salah satu sektor ekonomi penting. Di samping sebagai mesin penggerak ekonomi, pariwisata adalah wahana yang menarik untuk mengurangi angka pengangguran, Dalam Undang-Undang Nomor

10 Tahun 2009 menyatakan bahwa pembangunan kepariwisataan diperlukan untuk mendorong pemerataan kesempatan berusaha dan memperoleh manfaat serta mampu menghadapi tantangan perubahan kehidupan lokal, nasional, dan global. Kegiatan pariwisata merupakan salah satu sektor sangat berperan dalam proses pembangunan dan pengembangan suatu wilayah yaitu dapat memberikan kontribusi bagi pendapatan suatu daerah maupun bagi masyarakat. Pariwisata mempunyai peranan penting dalam pembangunan nasional: meratakan dan meningkatkan kesempatan kerja dan pendapatan, memperkokoh persatuan dan kesatuan, serta budaya bangsa (Yoeti, 2008). Hal tersebut dimungkinkan karena kepariwisataan sebagai upaya ekonomi, bukan saja padat modal, tetapi juga padat karya. Dengan demikian, sector pariwisata mampu meningkatkan penyerapan tenaga kerja. Penyerapan ini sangat berhubungan dengan peningkatan pariwisata sebagai andalan yang mampu menggalakkan sektor lain yang terkait.

Desa Karang Sari Kecamatan Pakenjeng Kabupaten Garut terletak di pesisir Jawa Barat Selatan. Desa ini telah mengalami perubahan secara fisik, karena berdekatan dengan beberapa pantai yang sekarang menjadi tempat wisata yaitu pantai Sayang Heulang, Santolo dan Rancabuaya. Desa Kaerangsari adalah tempat wisata pantai yang indah dengan pasir putih, dan air laut yang jernih. Ditambah dengan tampilan berbagai jenis ikan laut yang beraneka warna, seperti : Dolphin fish (ikan lumba-lumba), Sunfish (Ikan Mola – Mola), juga terumbu karang yang indah,. Fishing (Wisata Memancing), Water Sport (Olah Raga Air), Diving, (wisata menyelam) adalah andalan dari desa wisata ini. Pantai Karang Sari, juga memiliki kekayaan alam lain berupa gua. Gua tersebut pernah beberapa kali dijadikan tempat syuting film, diantaranya sinetron Kian Santang dan juga reality show: Dunia Lain:karena tempat tersebut dipercaya memiliki kekuatan mistis.



Gambar 1. Gua Mamak



Gambar 2. sunrise



Gambar 3. Pantai Karang Sari

Sayangnya pengelolaan pada objek wisata pantai tersebut belum optimal.

Masih terbatasnya dukungan sarana dan prasarana dan masih terkendala masalah infra struktur dalam menunjang kegiatan pariwisata yang mengakibatkan belum banyak daya tarik pengunjung mancanegara dan terlihat hanya obyek wisata domestik.

Hal ini dikarenakan minimnya informasi dan promosi tentang desa wisata tersebut. Apalagi jarak tempuh dari ibu kota kecamatan sekitar 12 kilometer dan jarak dengan Ibu kota kabupaten sekitar 75 kilometer.

Promosi dan informasi tentang desa wisata ini hanya dari mulut ke mulut. Dan ini adalah masalah yang penting untuk diatasi. Informasi dan promosi melalui media online adalah sangat efektif dan ini perlu ditingkatkan. Tetapi hal ini menimbulkan pertanyaan: 1). Apakah Sumber daya masyarakat yang mengelola promosi sudah memiliki kemampuan dan pemahaman mengenai media social dan digital marketing? 2) Apakah bimbingan teknis (BIMTEK) perlu dilakukan untuk meningkatkan kemampuan dan keahlian dalam bersosial media? 3). Apakah Teknologi informasi di daerah tersebut sudah tersedia?

Digital marketing menggunakan social media berkembang pesat, dan dalam kurun waktu tersebut telah banyak bermunculan berbagai macam platform yang memungkinkan orang diseluruh dunia untuk saling terhubung yang lebih dikenal dengan istilah media sosial. Beberapa contoh media sosial yang banyak digunakan saat ini adalah YouTube, Facebook, Instagram, WhatsApp Business dan lain-lain.. Peran berbagai aplikasi sosial media tersebut memang sangat menguntungkan dan memberikan peluang tersendiri dalam bidang pemasaran.

Social media/digital marketing telah terbukti efektif dalam membantu promosi dan pemasaran sebuah badana usaha. Di tengah riuhnya penggunaan platform digital sebagai medium komunikasi, hal yang paling harus diperhatikan dalam platform ini adalah formulasi konten atau isi yang akan dikomunikasikan kepada masyarakat. Hal ini merupakan unsur komunikasi yang sangat penting termasuk dalam komunikasi pemasaran.

A. Situasi dan Kondisi Desa Karang Sari

Desa Wisata Desa Karang Sari Kecamatan Pakenjeng Kabupaten Garut. Desa ini memiliki luas wilayah 1.642 hektar yang terbagi atas empat kampung yaitu Mekarlaksana, Cicalengka, Parabon dan Cidahon. Jumlah penduduk Desa Karang Sari ada 5.793 jiwa terdiri dari 2.874 jiwa penduduk laki-laki dan 2.919 jiwa penduduk perempuan. Tingkat pendidikan penduduk 50% tamat SD dan 32% berpendidikan SMP. Hal ini kemungkinan disebabkan karena akses masyarakat untuk melanjutkan ke sekolah SMA belum tersedia di Desa Karang Sari bahkan di kecamatan Pakenjeng

B. Pengertian Desa Wisata Pantai

Potensi wisata yang lahir dari konsep wisata suatu desa dapat meningkatkan pendapatan masyarakat. Pengembangan suatu desa menjadi desa wisata harus mengoptimalkan potensi wisata yang ada. Aspek penting yang menjadi penekanan adalah peningkatan pengetahuan masyarakat terkait optimalisasi wisata, mendukung pembangunan berkelanjutan. Aspek penting lainnya adalah mendorong masyarakat untuk memahami dan melakukan aksi,

sehingga masyarakat memperoleh sebanyak mungkin pengetahuan dan pengalaman dalam program optimalisasi wisata dan pengurangan risiko bencana. Desa wisata adalah suatu kawasan pedesaan yang menawarkan keseluruhan suasana yang mencerminkan keaslian pedesaan baik dari kehidupan sosial ekonomi, sosial budaya, adat istiadat, keseharian, memiliki arsitektur bangunan dan struktur tata ruang desa yang khas, atau kegiatan perekonomian yang unik dan menarik serta mempunyai potensi untuk dikembangkannya berbagai komponen kepariwisataan. Pola pengelolaan kawasan pariwisata tidak menyeluruh sehingga menimbulkan dampak negatif yang mengakibatkan menurunnya daya tarik obyek wisata. Melihat potensi wisata pantai di Desa Karangsari yang sangat indah maka Desa Karangsari berpotensi besar untuk dikembangkan sebagai Desa Wisata. Pantai

C. Digital Marketing

Dengan meningkatnya kehidupan ekonomi masyarakat akan berdampak pada pergeseran gaya hidup karena daya belinya juga meningkat. Ciri dari masyarakat saat ini adalah selalu terhubung dengan internet. Seperti data dari BPS di atas, Internet juga merambah pada gaya hidup. Internet dimanfaatkan tidak lagi untuk berkorespondensi atau mengakses informasi, namun juga untuk berbisnis.

Perkembangan bisnis online yang dikenal dengan e-commerce ini, mulai menunjukkan perkembangan cukup pesat. Bahkan Indonesia juga menjadi incaran bagi pemain bisnis online dunia. Masyarakat mulai sadar bisnis online juga mempunyai prospek yang cukup baik. Terbukti semakin banyaknya masyarakat yang menjajaki bisnis online.

Berbagai Jenis Peluang Bisnis Online. Ada beberapa jenis bisnis online yang dikenal sekarang ini. Beberapa di antaranya adalah:

1. Menjual produk.

Ini merupakan bisnis online yang banyak digeluti. Berbagai produk bisa dijual seperti pakaian, sepatu, tas, asesoris dan lain-lain melalui toko online

2. Menjual jasa/ service.

Berbagai macam jasa dan service bisa dijual seperti jasa pembuatan website, pembuatan artikel, jasa terjemahan dan lain sebagainya. Tapi sebelum menjual jasa yang perlu diingat adalah kemampuan untuk mengukur diri apakah Anda mampu melakukannya. Menawarkan jasa yang tidak Anda kuasai akan membuat kredibilitas Anda jatuh di mata pelanggan.

3. Menjual iklan.

Anda bisa menawarkan space iklan di website Anda, tapi tentu saja perlu diusahakan website Anda harus ramai dikunjungi. Semakin ramai pengunjung website, maka makin mahal space iklan di website Anda

4. Bisnis afiliasi.

Bisnis online ini sangat sederhana di mana Anda hanya perlu menyebarkan link produk dari berbagai penyedia bisnis afiliasi seperti Amazon, Ebay atau Clickbank. Jika ada yang membeli produk melalui perantara link yang Anda sebarkan, komisi akan Anda dapatkan.

D. Kegagalan seorang wirausahaan

Saifudin (2008:3) mengemukakan beberapa faktor penyebab kegagalan kewirausahaan, sebagai berikut:

1. Tidak kompeten dalam manajerial,
2. Kurang berpengalaman dalam operasi dan menghasilkan produk
3. Lemah dalam pengendalian keuangan
4. Gagal dalam perencanaan program bisnis
5. Lokasi yang kurang memadai
6. Kurangnya pengawasan peralatan
7. Sikap yang tidak bersungguh-sungguh dalam usaha
8. Ketidakmampuan dalam melakukan peralihan/transisi wirausaha
9. Keadaan yang menjadikan pesimistik dalam usaha:
10. Pendapatan yang tak menentu
11. Kerugian akibat hilangnya modal investasi
12. Butuh waktu lama untuk recovery
13. Kualitas kehidupan yang tetap rendah meski usahanya mantap
14. Beberapa keuntungan yang dapat diperoleh seseorang ketika terlibat dalam Wirausahaan

E. Sikap dan Ciri-ciri seorang pengusaha

Wirausahawan yang sukses haruslah orang yang mampu melihat kedepan, berpikir dengan penuh perhitungan, serta mencari pilihan dari berbagai alternatif masalah dan solusinya. Goffrey G. Meredith(1996) mengemukakan ciri-ciri wirausahawan sebagai berikut:

1. Percaya Diri
2. Berorientasi pada Tugas dan Hasil
3. Berani Mengambil Risiko
4. Kepemimpinan
5. Keorisinilan

Nilai keorisinilan dari semua yang dihasilkan oleh wirausahawan akan sangat menentukan keberhasilan mereka dalam mencapai keunggulan bersaing.

6. Berorientasi pada Masa Depan

Memiliki pandangan jauh kedepan dan bila perlu sudah tiba lebih dahulu pada masa depan merupakan kemampuan yang biasanya ada pada setiap wirausahawan yang sukses.

Berdasarkan wirausahawan diatas, dapat kita identifikasi sikap seorang wirausahawan yang dapat dilihat dari kegiatannya sehari-hari sebagai berikut:

a) Disiplin

Dalam melaksanakan kegiatannya, seorang wirausahawan harus memiliki kedisiplinan yang tinggi.

b) Komitmen Tinggi

Komitmen adalah kesepakatan mengenai sesuatu hal yang dibuat oleh seseorang, baik terhadap dirinya maupun orang lain.

c) Jujur

Kejujuran merupakan landasan moral yang terkadang dilupakan oleh seorang wirausahawan

d) Kreatif dan Inovatif

Untuk memenangkan persaingan, maka seorang wirausahawan harus memiliki daya kreativitas yang tinggi.

e) Mandiri

Seseorang dikatakan mandiri apabila orang tersebut dapat melakukan keinginan dengan baik tanpa adanya ketergantungan pada pihak lain dalam mengambil keputusan atau bertindak, termasuk mencukupi kebutuhan hidupnya, tanpa adanya ketergantungan dengan pihak lain.

f) Realistis

Seseorang dikatakan realistis bila orang tersebut mampu menggunakan fakta atau realita sebagai landasan berpikir yang rasional dalam setiap pengambilan keputusan maupun tindakan atau perbuatannya.

F. Faktor yang mendorong wirausahaan

1. Faktor individu atau personal
2. Suasana kerja
3. Tingkat pendidikan
5. Personality (Kepribadian)
6. Prestasi Pendidikan .
7. Dorongan Keluarga
8. Lingkungan dan Pergaulan
9. Ingin Lebih Dihargai atau "Self Esteem"
10. Keterpaksaan dan Keadaan

G. Menumbuhkan jiwa kewirausahaan yang kreatif

Untuk menjadi wirausaha sukses dan tangguh melalui inovasi, maka harus menerapkan beberapa hal berikut:

1. Seorang wirausaha harus mampu beripikir secara Kreatif, yaitu dengan berani keluar dari kerangka bisnis yang sudah ada. Untuk menghasilkan sesuatu yang lebih baik.
2. Seorang wirausaha juga harus bisa membaca arah perkembangan dunia usaha. Misalnya, saat ini sedang maraknya penggunaan Teknologi Informasi dalam dunia bisnis.
3. Seorang wirausaha harus dapat menunjukkan nilai lebih dari produk yang dimilikinya, agar konsumen tidak merasa produk yang ditawarkan terlalu mahal.
4. Seorang wirausaha perlu menumbuhkan sebuah kerjasama tim, sikap leadership, kebersamaan dan membangun hubungan yang baik dengan karyawannya.
5. Seorang wirausaha harus mampu membangun personal approach yang baik dengan lingkungan sekitarnya dan tidak cepat berpuas diri dengan apa yang telah diraihinya.

6. Seorang wirausaha harus selalu meng-upgrade ilmu yang dimilikinya untuk meningkatkan hasil usaha yang dijalankannya. Hal ini dapat ditempuhnya dengan cara membaca buku-buku, artikel, internet, ataupun bertanya pada yang ahlinya.
7. Seorang wirausaha harus bisa menjawab tantangan masa depan dan mampu menjalankan konsep manajemen dan teknologi informasi. Hal ini bertujuan untuk mempelajari segala situasi bisnis atau usaha yang cepat berkembang dan berubah sangat cepat. Untuk itu perlunya daya kreativitas yang tinggi, analisis yang baik, intuisi yang tajam, kemampuan networking yang mendukung, serta strategi jitu dalam memasarkan produk atau jasa yang dimilikinya.

METODE

Metode yang dilakukan pada kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah pendampingan dan penjelasan yang dilakukan dalam bentuk penyuluhan, diskusi dan tanya jawab yang dilanjutkan dengan pemberian Bimbingan Teknologi tentang penggunaan Sosial Media dengan media Internet

Materi yang dijelaskan mencakup

1. Digital Marketing
2. Media Social dan contohnya
3. Situasi dan Kondisi Desa Wisata pantai
4. Peluang Promosi Online
5. Sikap-sikap Pengusaha yang sukses
6. Kendala dalam membuka suatu dunia usaha
7. Faktor-faktor yang mendorong seseorang menjadi pengusaha.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berbagai Jenis Peluang Bisnis Online. Ada beberapa jenis bisnis online yang dikenal sekarang ini. Beberapa di antaranya adalah:

Menjual produk.

Ini merupakan bisnis online yang banyak digeluti. Berbagai produk bisa dijual seperti pakaian, sepatu, tas, asesoris dan lain-lain melalui toko online

Menjual jasa/ service.

Berbagai macam jasa dan service bisa dijual seperti jasa pembuatan website, pembuatan artikel, jasa terjemahan dan lain sebagainya. Tapi sebelum menjual jasa yang perlu diingat adalah kemampuan untuk mengukur diri apakah Anda mampu melakukannya. Menawarkan jasa yang tidak Anda kuasai akan membuat kredibilitas Anda jatuh di mata pelanggan.

Menjual iklan.

Anda bisa menawarkan space iklan di website Anda, tapi tentu saja perlu diusahakan website Anda harus ramai dikunjungi. Semakin ramai pengunjung website, maka makin mahal space iklan di website Anda

Bisnis afiliasi.

Bisnis online ini sangat sederhana di mana Anda hanya perlu menyebarkan

link produk dari berbagai penyedia bisnis afiliasi seperti Amazon, Ebay atau Clickbank. Jika ada yang membeli produk melalui perantara link yang Anda sebar, komisi akan Anda dapatkan.

KESIMPULAN

Salah satu promosi yang dapat diandalkan sekarang ini adalah media sosial yang ada di internet. Promosi tersebut akan memberikan peluang yang besar untuk dapat mempromosikan dan menginformasikan adanya desa wisata pantai. Melalui media maya atau digital media internet maka wisata pantai tersebut di kenal di seluruh dunia, dengan demikian maka meskipun letak pantainya berada di pedesaan yang cukup terpencil, Desa Karang Sari, tetap banyak diketahui dan diminati oleh orang banyak.

DAFTAR PUSTAKA

- D. S. Puspitarini and R. Nuraeni, "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi," *Jurnal Common*, vol. 3, no. 1, pp. 71–80, Aug. 2019
- B. I. Tjayadhi, "Potensi Dan Strategi Pengembangan Desa Sumpalsak Sebagai Desa Wisata," *MEDIAKOM*, vol. 4, no. 1, pp. 70–91, Sep. 2020
- R. Retnowati, E. N. Wahyudi, S. N. Anwar, and H. Listiyono, "Optimalisasi Media Sosial Facebook Untuk Mendukung Perluasan Jaringan Pemasaran Bagi Kelompok Wanita Kreatif (Kwk) Seroja," *KACANEGARA Jurnal Pengabdian pada Masyarakat*, vol. 4, no. 1, p. 1, Jan. 2021
- W. Widayati and F. Augustinah, "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Makanan Ringan Kripik Singkong Di Kabupaten Sampang," *DIALEKTIKA : Jurnal Ekonomi dan Ilmu Sosial*, vol. 4, no. 2, pp. 1–20, Oct. 2019
- H. Setyowardhani, H. Susanti, and Riyanto, "Optimalisasi Media Sosial sebagai Alat Promosi untuk Desa Wisata Lebakmuncang," *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 3, Jul. 2019
- Peraturan Daerah Provinsi Jawa barat Nomor 15 Tahun 2015 tentang Rencana Induk
- Pembangunan Kepariwisata Provinsi Jawa Barat Tahun 2015-2025
- Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata.
- Yoeti, O. 2008. *Ekonomi Pariwisata: Introduksi, Informasi, dan Implementasi*. Kompas, Jakarta.